ESTIMATES

National Film Board

Performance Report

For the period ending
March 31, 2004

Canada

The Estimates Documents

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament.

The Estimates of the Government of Canada are structured in several parts. Beginning with an overview of total government spending in Part I, the documents become increasingly more specific. Part II outlines spending according to departments, agencies and programs and contains the proposed wording of the conditions governing spending which Parliament will be asked to approve.

The *Report on Plans and Priorities* provides additional detail on each department and its programs primarily in terms of more strategically oriented planning and results information with a focus on outcomes.

The *Departmental Performance Report* provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the spring *Report on Plans and Priorities*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of funds.

©Minister of Public Works and Government Services Canada — 2004

This document is available in multiple formats upon request.

This document is available on the TBS Web site at the following address: www.tbs-sct.gc.ca.

Available in Canada through your local bookseller or by mail from
Canadian Government Publishing — PWGSC
Ottawa, Canada K1A 0S9

Catalogue No. BT31-4/51-2004
ISBN 0-660-62654-3

Foreword

In the spring of 2000, the President of the Treasury Board tabled in Parliament the document "Results for Canadians: A Management Framework for the Government of Canada". This document sets a clear agenda for improving and modernising management practices in federal departments and agencies.

Four key management commitments form the basis for this vision of how the Government will deliver their services and benefits to Canadians. In this vision, departments and agencies recognise that they exist to serve Canadians and that a "citizen focus" shapes all activities, programs and services. This vision commits the Government of Canada to manage its business by the highest public service values. Responsible spending means spending wisely on the things that matter to Canadians. And finally, this vision sets a clear focus on results – the impact and effects of programs.

Departmental performance reports play a key role in the cycle of planning, monitoring, evaluating, and reporting results to Parliament and citizens on behalf of ministers. Departments and agencies are encouraged to prepare their reports following principles for effective performance reporting (provided in the *Guide to Preparing the 2004 Departmental Performance Report*: http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/03-04/guidance/table-of-contents_e.asp). Based on these principles, an effective report provides a coherent and balanced picture of performance that is brief and to the point. It focuses on outcomes - benefits to Canadians and Canadian society - and describes the contribution the organisation has made toward those outcomes. It sets the department's performance in context, associates performance with earlier commitments, explains any changes, and discusses risks and challenges faced by the organisation in delivering on these commitments. Achievements realised in partnership with other governmental and non-governmental organisations are also discussed. Supporting the need for responsible spending, it links resources to results. Finally, the report is credible because it substantiates the performance information with appropriate methodologies and relevant data.

In performance reports, departments and agencies strive to respond to the ongoing and evolving information needs of parliamentarians and Canadians. The input of parliamentarians and other readers can do much to improve these reports over time. The reader is encouraged to assess the performance reports of organisations according to the established principles, and provide comments to departments and agencies to help them improve in their next planning and reporting cycle.

This report is accessible from the Treasury Board of Canada Secretariat Internet site:
http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dpre.asp

Comments or questions can be directed to:
Results-based Management Directorate
Treasury Board of Canada Secretariat
L'Esplanade Laurier
Ottawa, Ontario K1A OR5
OR at: rma-mrr@tbs-sct.gc.ca

National Film Board of Canada

Performance Report

For the year ended March 31, 2004

Minister of Canadian Heritage

Table of Contents

I MESSAGES 3

Minister's Message 4

Government Film Commissioner's Message 5

II MANAGEMENT REPRESENTATION STATEMENT 7

III PERFORMANCE SUMMARY 8

IV THE CONTEXT 13

1. Overview of the NFB 13
2. Description of NFB Program Areas 13
3. Performance Accomplishments 15
4. The Audiovisual Environment 16
5. Changes in Government Structure, Accounting and Reporting 17
6. Key Risks 17
7. Main Partners 18
8. The NFB's Contribution to Federal Government Priorities 20
9. Societal Indicators: Canada's Performance 21

V PERFORMANCE DISCUSSION 22

Strategic Outcome # 1 22

Strategic Outcome # 2 32

Strategic Outcome # 3 37

VI APPENDICES 40

APPENDIX 1: Consolidated Reporting 41

APPENDIX II: Financial Performance 54

APPENDIX III: Background on the National Film Board 61

I-MESSAGES

Minister's Message

Ministre
du Patrimoine canadien

Minister
of Canadian Heritage

Ottawa, Canada K1A 0M5

We live in an era of significant change in which we will be defined by how we face challenges and seek the make the most of opportunities. By rising to meet these challenges we will renew our sense of pride in what it means to be Canadian. We must continue to recognize and seize opportunities that celebrate our linguistic duality, our cultural diversity, and our inclusiveness.

As a member of the Canadian Heritage Portfolio, the National Film Board of Canada (NFB) collaborates with many partners across Canada to strengthen the connection between Canadians and to inspire deeper understanding between our diverse communities.

As a centre of production of distinctive, challenging, relevant and accessible Canadian audiovisual works, the NFB continues to encourage the participation of emerging filmmakers, youth, Aboriginal people and culturally diverse communities in helping Canadians better understand Canada and the world.

This Performance Report highlights the NFB's achievements, established through partnerships and collaboration. It emphasizes the pride that the Government of Canada and its employees take in ensuring our artistic expression, languages and cultural heritage are available to the world and right here at home.

Liza Frulla

Government Film Commissioner's Message

The National Film Board is a unique, creative institution that reaches Canadians and audiences around the world. It is from this mandate that the NFB draws its enduring importance for Canadians. By undertaking an integrated program of production and distribution of audiovisual works that are relevant to Canadians, it acts as a catalyst for citizen involvement, supports lifelong learning, innovates in cinematographic form and practice, nurtures new talent, provides a Canadian voice and conveys Canadian values at home and abroad.

In the last year, the NFB embarked on Impact 2004, a collective effort with our staff across the country to take stock of the 2002-2006 Strategic Plan. We evaluated the strategies and initiatives that were developed, many of which have been implemented. The result of Impact 2004 is an invigorated and renewed NFB. Canadians believe that the NFB provides good value for public dollars, and they support continued government funding. Public and private media also regard the NFB as a modern organization with which they can partner in production, distribution, technological innovation and outreach.

Key priorities for the future include: bolder media making, planting deeper roots in Canadian and international communities, leveraging partnership opportunities, supporting increased risk taking and fostering a more creative and innovative environment. We will continue to streamline work procedures, form partnerships and create a climate in which the NFB adapts quickly to technological advances and changes in the industry.

We continue our commitment to diversity and to finding creative ways for young filmmakers to share their vision of Canada with the rest of Canadians. Last year 30% of our productions were made by emerging filmmakers, the majority of which (more than 73%) came from Aboriginal and culturally diverse communities.

Youth programming is another of our strengths, and the NFB enjoys an excellent reputation in Canadian schools and educational institutions. We will continue to make audiovisual productions for this important audience, and ensure that they have easy access to this material. The NFB's Montreal and Toronto consultation centres are immensely popular, helping us to reach more Canadians.

The NFB has a strong track record of innovation, both in production and distribution. CineRoute, for example, gives Canadians online access, in their homes, to a selection of award-winning NFB films. Virtual productions like *Momentum Online* and *Virtual Hothouse* provide a chance for creators in remote communities to work with the NFB. The NFB's Web projects and consultation centres are examples of how technology is being used creatively to reach out to Canadians.

The NFB's role is to be in the vanguard of audiovisual production and to continue to engage Canadians. We are proud to be doing both.

Jacques Bensimon
Government Film Commissioner
And Chair of the National Film Board of Canada

II-MANAGEMENT REPRESENTATION STATEMENT

I submit, for tabling in Parliament, the 2003-2004 departmental performance report (DPR) for the National Film Board of Canada.

This report has been prepared based on the reporting principles and requirements in the 2003-04 *Departmental Performance Reports Preparation Guide* and represents, to the best of my knowledge, a comprehensive, balanced and transparent picture of the organization's performance of fiscal year 2003-04.

Maryse Charbonneau
Director, Administration

Date: 25-08-04

III-PERFORMANCE SUMMARY

The Performance Summary section serves to outline:

- the NFB's three strategic outcomes for 2003-2004 as set out in its *Report on Plans and Priorities 2003-2004* and
- the progress made in their achievements.

The NFB is proud to report that it has "successfully met expectations" in the delivery of its mandate and the objectives it has set out for itself in this given year.

THREE STRATEGIC OUTCOMES

The National Film Board of Canada is committed to the "script to screen to community" production of socially and culturally relevant films about major issues central to the lives of Canadians.

The NFB is a fully integrated organization that combines social objectives with production, distribution, technical support, R&D, outreach, and conservation activities into many, if not most, of its initiatives.

Since the 1940s the NFB has been developing an expertise in film production in Canada. Experimentation in form, technological innovation and cinematographic treatment are essential to bold media making and technical innovation at the Film Board.

The NFB plays a significant role in the identification, development and mentorship of talent and creative skills. Furthermore, it delivers on its national and international mandate of "producing, distributing and promoting films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations" through its productions and in the work of its international co-production unit and the coordination of NFB cultural activities.

Furthermore, the NFB produces and distributes audiovisual works that reach Canadians on television, in theatres, on the Internet, in schools, in video stores, libraries and universities. These works are produced in both official languages and are seen around the world. The investment that the government makes in the NFB results in the following three strategic outcomes:

1. Production of relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world.
2. Available, accessible and valued audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences.
3. An efficiently managed organization conducive to creativity and knowledge building.

PROGRESS AND PERFORMANCE AGAINST COMMITMENTS MADE IN THE REPORT ON PLANS AND PRIORITIES (RPP)

Strategic Outcome # 1: Production of relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world

Three high-level priorities in 2003-2004 were to:

a) Make the NFB's overall program more relevant to Canadians today.
b) Place innovation at the forefront.
c) Champion cultural diversity and Aboriginal voices.

Measuring Performance – an overview of NFB achievements in 2003-04

Indicator: Diversity in genre and subject matter

- Approximately 85% of NFB productions examined social issues. One of the challenges for the Film Board is to ensure that its works interpret changing realities and allow for the expression of new voices and new social phenomena.
- 146 films, video and multimedia were produced. These include animation, documentary and multimedia on a variety of themes to meet the interests, needs and concerns of the Canadian population.
- There were 52 co-productions with the private sector. Three were documentary series: *Marché Jean Talon* (6 films), *Arctic Mission* (5 films) and *My Brand New Life* (13 films). This marked a significant increase over 2002-03.
- The NFB has a goal of involving young people in the filmmaking process. NFB films and series made in 2004, such as *It's a Girl's World*, *Cuckoo*, *My Brand New Life* and *Je vis ta vie* were designed for and produced with youth. These films help young people connect with other Canadians and provide opportunities for youth to learn about Canadian history, identity, values and heritage.
- NFB films and programs for children and youth continue to build an excellent reputation in Canadian schools. In 2003-04, a number of videos and Web sites were produced for the educational sector on the themes of school and family life, science, etc. Noteworthy examples were the teaching and learning programs based on the series *Arctic Mission*, which raised awareness of global warming.

Indicator: Audience interest in the NFB and NFB Films

- NFB films reached 9,341,000 television viewers, 20% more than the previous year.
- A number of films attracted half-a-million viewers. *Marché Jean Talon*, on Radio Canada, and *Arctic Mission: The Great Adventure*, on CBC's *Nature of Things*, each had more than 500,000 TV viewers. In addition the co-production *Men of the Deeps* garnered an audience of 956,000 viewers on CTV.

Indicator: Canadian attitudes and support of the NFB

- 90% of Canadians surveyed recognize the NFB, and many feel strongly that government funding for the NFB should be maintained; that the NFB provides good value for money and that documentary films are an important part of learning about Canada[1].

Indicator: Performance at Canadian and foreign festivals

- The NFB received 117 awards and special mentions. Two honorary awards went to filmmaker Alanis Obomsawin, while the third went to the NFB for its contribution to promoting French in the workplace.

Indicator: Innovation at the NFB

- The programs *Momentum* and *Hothouse 1* and *2* allowed emerging and culturally diverse filmmakers to make innovative, low-budget documentary shorts, animation and multimedia.
- 30% of NFB productions were made by emerging filmmakers.
- 288 projects received aid from the NFB's Filmmaker Assistance Program (FAP) and Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC).

Indicator: Reflection of diversity of filmmakers

- 25% of NFB productions were made by filmmakers from Aboriginal, ethnic and cultural minority communities.
- The SPARK and IPLOC programs had a significant impact on the culturally diverse and minority-language communities.

Strategic Outcome # 2: Available, accessible and valued audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences

Three high-level priorities in 2003-04 were:

a) Strengthen the NFB's brand and connection with Canadians, thereby increasing audiences and maximizing revenues.
b) Establish mechanisms for better access, closer contact and dialogue on NFB productions.
c) Ensure that the NFB's collection is preserved for future generations.

Measuring Performance – an overview of NFB achievements in 2003-04

Indicator: Market development and brand recognition

- The NFB's Canadian and international production, distributions and outreach activities contribute to its visibility, while generating significant revenues. This year NFB revenues reached $8.7 million, compare to last year $ 7.2 million.
- The NFB recently concluded an agreement with the National Geographic Society (NGS) to distribute archive holdings.

---

[1] POLLARA, "A Survey on Behalf of the National Film Board" – Main Findings, March 2004 (omnibus survey).

Indicator: Connecting with Canadian

- NFB films reached 9,341,000 television viewers, 20% more than the previous year.
- A total of 482 public screenings were held (60% in English and 40% in French). These were attended by 75,846 people, up 50% over last year.
- 10,000 members to the NFB Film Club (Cinéclub ONF), a significant increase over last year's 2,570.
- In July 2003, the NFB established the Advisory Council made up of influential figures from the film and related industries.

Indicator: Access to the NFB's audiovisual holdings

- NFB Montréal welcomed over 110,000 visitors, a 9% increase over 2002-03, and the Toronto Mediatheque welcomed over 75,407 visitors, a five-fold increase over the previous year.
- NFB ensured that its collection is preserved for future generations. Several projects were implemented, with assistance from the Department of Canadian Heritage's Memory Fund, such as *The Industrial Age (1867-1945), D-Day, World War One.*
- Important R&D projects were undertaken with research centres and universities, including the MADIS research project with the Centre de recherche informatique de Montréal and McGill University.
- CineRoute public, an online video-on-demand pilot project, was developed and went online this year, providing access to 250 titles for 2,000 members of the NFB Film Club.
- Partnerships with 49 libraries across Canada. There were 207, 246 loans.

<u>Strategic Outcome # 3: An efficiently managed organization conducive to creativity and knowledge building</u>

Four high-level priorities in 2003-04 were:

a) Strengthen the artist-artisan relationship.
b) Maximize revenues.
c) Forge national and international alliances and build partnerships to enhance innovation and creativity.
d) Manage resources efficiently and effectively.

Measuring Performance – an overview of NFB achievements in 2003-04

Indicator: Public Acknowledgment of the synergy between artist and artisan

- 34 master classes were held in eleven Canadian cities, with prestigious filmmakers such as Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon and Chris Hinton.

Indicator: Projects undertaken under national and international alliances

- 2003-04 saw various international partnerships develop, for example, with NHK, which is Japan's Broadcasting Corporation, with KOFIC, the Korean Film Commission of the Republic of Korea, and with France 2.

Indicator: Market development and diversification

- 2003-04 agreement with textbook publisher Chenelière McGraw-hill provides access to NFB Products through the publisher's catalogues.
- The NFB became the agent of Partners in Motion, a production company, and will distribute its productions in Canada and abroad.

Indicator: Improvements to systems

- The NFB brought several improvements to its systems resulting in better tracking and monitoring of resources, activities and performance.

Indicator: Prudent management of public dollars

- The NFB continued to assure value for money.
- The NFB maintained its administration costs at 11%.

IV-THE CONTEXT

1. Overview of the NFB

Mandate

The National Film Board (NFB or Board) is the federal government agency responsible for administering the *National Film Act*.

Since 1939, the NFB has played an essential cultural and social role as a public producer and distributor and has given to Canadians and to the world original Canadian contributions in documentary, animated film and dramatic features. The NFB is also a producer and distributor of interactive, Web-based content.

The Board's legislative mandate is *"to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular,*

- *to produce and distribute and promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;*
- *to engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;*
- *to advise the Governor in Council in connection with film activities;*
- *to discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct the Board to undertake."*

The NFB is an integrated production and distribution organization with an extensive film collection, a conservation laboratory, and post-production and R & D facilities located at its operational headquarters in Montreal. Its Government Relations Service operates from Ottawa, while its Communications and Outreach Development, Distribution, Business Affairs and Legal Services, Planning, Evaluation and Audit, Human Resources and Administration branches are principally located in Montreal.

The NFB is a unique centre for the creation of audiovisual materials. NFB films are produced in both official languages. The NFB maintains production facilities in Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montreal, Quebec City, Moncton and Halifax.

2. Description of NFB Program Areas

The NFB is a cultural institution reporting through the Parliament to the Minister of Canadian Heritage. It is administered by a Board of Trustees appointed by the Governor in Council and chaired by the Government Film Commissioner.

Production: knowledge building, social innovation and citizen involvement

As a public producer, the NFB develops and produces socially and culturally relevant films that help Canadians better understand their country and the world. The Board's activities include the conceptualization, research, development, production and social marketing of documentaries, animation films and new media content as well as other emerging forms. In fact, this activity is more than mere production – it is the "programming" activity by which films are planned, produced and used by publics as an instrument of knowledge building, media awareness, social innovation and citizen involvement.

Public distributor

The NFB ensures that its films reach general and niche audiences through distribution channels and networks best suited to its mission.

Our mandate is to distribute NFB products as widely as possible to Canadian and foreign audiences. Distribution activities include direct marketing our audiovisual productions and well-established stock shot library; acquisitions to complement the collection; developing and diversifying markets for NFB products in Canada and abroad; offering quality client service (through on-line delivery and a call centre) and expanding holdings through partnership agreements.

Access and outreach

Access and outreach activities connect and equip Canadians with NFB resources to foster citizen involvement and lifelong learning and to ensure that its heritage audiovisual collection is preserved and made accessible. We use many tools to achieve these goals: our Web site, our on-line film library, the consultation centres in Toronto and Montréal, master classes and workshops. By improving access to the NFB collection, we encourage media literacy.

An enduring role in technological innovation

Since the 1940s, the National Film Board of Canada has been developing expertise in film production. Experimentation in form, technological and cinematographic treatment are essential. By finding and nurturing new talent and creativity, we make sure that this role continues.

Opening doors internationally

The NFB also has a mandate to produce, distribute and promote films that interpret Canada to the rest of the world. Our productions, and also our international Co-Production Unit, along with other cultural activities, help us attain this goal.

3. Performance Accomplishments

Actual spending (in thousands)	*2002-2003*	*2003-2004*
National Film Board		
Planned Spending (net)	$ 61,158	$ 63,245
Total Authorities (net)	$ 67,471	$ 67,884
Actual Spending (net)	**$ 66,263**	**$ 67,313**

Note: The summary financial information above includes three figures showing:

The amount planned at the beginning of the fiscal year (Planned Spending)

Additional spending which Parliament decided to grant the department in light of changing priorities and unexpected activities (Total Authorities)

The amount actually spent (Actual Spending)

Planned and actual allocation of the NFB's financial resources among the objectives described in Part III:

Planned and Actual Allocation (in thousands)

	Planned		*Actual*	
Production	$ 44,375	70%	$ 43,566	64%
Distribution/Outreach	$ 12,000	19%	$ 16,656	25%
Management Support	$ 6,870	11%	$ 7,091	11%
Total	**$ 63,245**	**100%**	**$ 67,313**	**100%**

4. The Audiovisual Environment

The NFB faces a number of challenges due to changes in the audiovisual environment.

The Challenge of Financing Canadian Documentaries

The dramatic increase in licensed specialty services in the last few years has affected the production and distribution of point-of-view documentaries (POV). While there is increased popular demand for POV documentaries, a number of studies underline the increasing financing difficulties.

The financial resources in Canada for documentary production are significantly lower than in other countries. For example, the average Canadian licence fees were 36.4% for English-language documentaries and 30.7% for French-language ones, compared to 73% in the USA for average licence fees for American-made documentaries.

Popularity of Canadian POV Documentaries

The growing audience demand for POV documentaries is evident on television and in movie theatres. A recent study on the popularity of Canadian programming shows that Canadian-made documentaries have a strong brand and drawing power with Canadians of all ages.

This trend is also evident in larger audiences at events such as the Toronto Hot Docs Festival, where attendance increased by 30% last year. Similarly, in Montreal, the Rencontre internationale du documentaire de Montréal saw its audience increase by 50%.

A recent NFB survey showed that more than 80% of Canadians expressed strong support for the continued commitment of public funds for the Board, to create Canadian documentaries that present Canada's history, cultural and physical heritage.[2]

Increasing Choices on Television and a Growing Internet

A 2003 report from the Standing Committee on Canadian Heritage (*Our Cultural Sovereignty: The Second Century of Canadian Broadcasting*) cites audience fragmentation and the impact on Canadians' access to Canadian television programming as one of the key challenges for the future. Audience fragmentation has a direct impact on revenues generated. To ensure that Canadian audiences can find Canadian programming among the hundreds of digital services, greater effort has to be placed in promotion and marketing of programs. A typical program now competes with 350 others. As a result, the NFB has been concerned over the past few years about issues such as audience fragmentation.

Despite audience fragmentation, documentaries continue to attract TV audiences, with exceptional documentaries garnering over one million viewers.[3] These figures clearly show that the NFB should continue to produce documentaries that resonate with Canadians.

---

[2] POLLARA, *A Survey on behalf of the National Film Board*, March-April 2004 (Omnibus Survey)

The Committee also notes that audiovisual content continues to be digitized as the Internet grows. Consequently, the NFB continues to digitize its collection, and make it available for viewing on the Internet for members. There are also opportunities for the NFB to innovate with digital production, high-definition television, interactive media, and e-cinema.

5. Changes in Government Structure, Accounting and Reporting

In the February 2004 Speech from the Throne, the government identified the need to strengthen comptrollership and oversight of public sector management. The goal is to ensure rigorous stewardship of public funds. We have put in place a number of measures to support this goal, which are elaborated on in strategic outcome # 3 of this document.

6. Key Risks

The NFB monitors risks carefully since they vary over time. Regular, systematic audits help, and in 2003-04, the NFB developed a risk-management framework and implementation schedule.

External Risks

External risks that influence our performance include changes in government organization and management practices, and the continuity of the government's funding commitment to the NFB.

External risks also include insufficient access to distribution, broadcast channels, and promotion for NFB productions. With limited access, unsatisfactory time slots in programming schedules and lack of on-screen identification, Canadians cannot view or have limited viewing or knowledge of NFB films. In this scenario, the NFB has great difficulty engaging Canadians in a dialogue on issues that matter to them. Thus, the NFB is at risk of not delivering on part of this mandate and corporate objectives.

We should add that scheduling and promoting Canadian television programs are not a problem unique to the NFB. Canadian broadcasters typically prefer American programming because of the lower cost, and the advertising revenues generated. The 2003 report from the Standing Committee on Canadian Heritage singles out the importance of the federal government in identifying strategies to promote Canadian programming, especially with respect to audience fragmentation. The NFB does not control the scheduling of its programs; the control rests with broadcasters. However, the Board does seek creative solutions to promote its programming.

---

[3] Nordicity Group, *Economic Profile of the Canadian Documentary Production Industry*, March 2003, page 1.

Mitigating Risks

To mitigate its risks, the NFB has in place a risk-management framework and implementation schedule, which is continuous, proactive and a systematic process to understand, manage and communicate risks from an organization-wide perspective.

7. Main Partners

The NFB continues to join with prestigious partners to develop and co-produce ambitious, high-quality audiovisual programs. Partnerships are essential to the Board's success and to the fulfillment of its mandate. Partnerships enable the NFB to diversify and enter new fields. We are forging alliances with broadcasters, with telecom companies, with major production houses, social organizations and corporations. Partnership also takes the form of collaboration agreements with other public agencies.

The NFB's Advisory Council

In July 2003, the NFB established the Advisory Council, made up of influential figures from the film and related industries. The Council, whose nine members provide an external point of view and form an important bridge to key communities, advises the Commissioner on implementing the Strategic Plan and on ways the NFB can best fulfil its role in the public and private sectors.

Production and Distribution Partners

To carry out its production and distribution plan, the NFB often collaborates with private-sector production and distribution companies and works with private or public broadcasters to co-produce, broadcast or distribute its films.

In 2003-2004, the Board co-produced 52 films with the private sector. Of these, three were documentary series: *Marché Jean-Talon*, *Mission Arctique/Arctic Mission* and *My Brand New Life/Je vis ta vie*. These partnerships allowed the NFB to pool creative and financial resources with small and large players from Halifax to Vancouver.

In March 2003, the NFB announced major partnerships with France 2 and Film Australia. Our alliance with France 2 is for the production of Canada/France documentary features, while the agreement with Film Australia involves co-productions, R&D and new technologies. In the case of France 2, the NFB will be responsible for international distribution of the films produced.

The NFB concluded a noteworthy agreement with NHK, Japan's Broadcasting Corporation, to develop co-productions and share technological innovation. It also signed a memoranda of understanding with KOFIC, the Korean Film Commission of the Republic of Korea.

The NFB is continuing its partnership with the World Documentary Fund, in collaboration with the UK Film Council and the BBC.

Heritage Portfolio Partners

The NFB relies on the co-operation of the Department of Canadian Heritage and its portfolio agencies to ensure that heritage activities are coordinated and in keeping with government-wide priorities.

The NFB participates with other member agencies and Crown corporations on several Department of Canadian Heritage committees and working groups, such as the portfolio Shadow Committee, a forum for issues common to portfolio agencies.

The NFB often works with federal cultural organizations. Our aim is to harmonize policies with Telefilm Canada and the Canada Council for the Arts while seeking ways to increase production and broadcasting opportunities with CBC/SRC. An example of cross-collaboration between the NFB and other Government of Canada cultural agencies is the SPARK program, which provides training for emerging filmmakers and mid-career professionals from culturally diverse and Aboriginal communities. The NFB began this three-year program with Telefilm Canada and the Canada Council for the Arts in 2003 and will continue its support in 2005-2006.

The NFB created the Cultural Diversity Alliance (CDA) to bring together heads of cultural agencies in Canadian Heritage portfolio. Under this agreement, CDA members, such as the Canada Council for Arts, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) and the National Gallery of Canada, commit to working together to make cultural diversity an integral part of their programming, employment policies and audience development.

The NFB has commissioned a study with Telefilm Canada to examine the feasibility of e-cinema (use of digital projectors in theatres) to broaden the reach of Canadian documentaries and feature films.

Educational Partners

The NFB fosters close ties with educational broadcasters, educators, learning and research institutions and libraries. A particular emphasis has been on making stronger contacts in the school systems. The NFB has established partnerships with 49 public libraries across Canada. We are also providing learning materials, organizing workshops at numerous regional and provincial teaching conferences and offering teacher-training events in universities.

We have signed a new agreement with textbook publisher Chenelière McGraw-Hill that will allow the NFB to present its audiovisual products as educational support for textbooks. This initiative will enable the NFB to develop the institutional market more effectively, increase our visibility in schools and diversify our revenues.

8. The NFB's Contribution to Federal Government Priorities

The NFB contributes directly to the federal government's priorities through the Department of Canadian Heritage. These priorities, identified in the Speech from the Throne 2004 and the Budget Speech in 2004, are of strategic relevance to the NFB.

1. *Communities:* The government is committed to help communities across the country become more dynamic, culturally rich and cohesive partners in strengthening Canada's social foundations.

   The NFB produces Canadian audiovisual materials, in both official languages, that address social issues of concern to communities across the country. Our productions express diverse voices, communicate a sense of pride in Canada's history, traditions and accomplishments and promote Canadian values and cultural interests, not only here but around the world. NFB films and projects help to encourage debate among citizens, bringing people together for dialogue and strengthening communities.

   The social impact of NFB films is the result of integrated communications and marketing, outreach and distribution strategies and activities (detailed in strategic outcome # 1).

2. *Cultural Diversity and Aboriginal Issues:* In line with the government's commitment to Aboriginal people and culturally diverse communities, the NFB plays a unique role in the production and distribution of audiovisual works by members of the culturally diverse and Aboriginal communities (detailed in strategic outcome # 1).

3. *Lifelong Learning*: The government's priority is to promote lifelong learning. The NFB supports this goal in two ways: in the many educational films we produce and in our emphasis on media literacy. The NFB also supports training and skills development in various programs and encourages discussion and debate through innovative Web pages (detailed in strategic outcome # 2).

4. *International Affairs:* The government has identified culture as a valuable export, "a dynamic element of the knowledge economy." The NFB has a strong international reputation as an organization that embodies Canadian values, interprets Canada to the world and opens doors for Canadian artists and film enterprises abroad. The NFB is forging international alliances, seeking new revenue opportunities, broadening its audience base and examining issues of concern to Canadians and to global audiences (detailed in strategic outcome # 3).

5. *Technology:* The government seeks to modernize federal cultural institutions, with the new technological possibilities of the digital age. The NFB can play an active role, especially through our Technical Innovation and Resources branch. These services involve pre- and post-production assistance, training and access to equipment. Experimenting with new media technologies is also a hallmark of the Film Board, for example, several of our animation films have used Sandde, a revolutionary 3-D animation tool. The NFB is a recognized leader and Oscar winner in film and digital imagery.

   The digital assets management system and on-line film libraries are shining examples of leading-edge technical services at the NFB. We have also developed on-line research tools such as voice and image recognition, research metadata in MPEG7 and 21, and the enhancement of encoding standards for improved digital imagery.

   Technological innovation also means working with the private and public sectors For example, the development of a digital projector and distribution network for film would better serve cultural objectives.

   The NFB is active in the MADIS research project (in partnership with the Centre de recherche informatique de Montréal and McGill University, with financial assistance from CANARIE, which worked to improve the audiovisual indexing of NFB films so that they can be searched and retrieved by content cues like facial recognition, movement, voice recognition and semantic groupings(detailed in strategic outcome # 1,2,3).

9. Societal Indicators: Canada's Performance

Canada's Performance: Annual Report to Parliament 2003 notes that the NFB contributes to "the strength and safety of Canadian communities." Through our programming and outreach activities, the NFB engages Canadians in dialogue on timely and relevant issues.

V-PERFORMANCE DISCUSSION

As an introduction to the performance analysis of each NFB Strategic Outcome (SO – of which there are three for 2003-2004), a performance summary specific to each SO will be outlined providing the reader with:

- A description of what the NFB looks to achieve under the SO.
- An explanation as to why the SO is important to Canadians;
- A description of the overall resources allocated to the SO;
- A listing of the priorities set out by the NFB to meet the SO;
- A brief summary of the achievements and performance of the NFB in meeting the SO (with the full analysis and more details available in the body of the text).

Strategic Outcome # 1

Production of relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world

Performance Summary – Strategic Outcome # 1

Why it is important to Canadians: Through NFB productions and programs, Canadians are made aware of a wide range of cultural and social issues. NFB productions and initiatives contribute to Canadians better understanding of Canadian cultural and social realities that matter to them and of the diversity of viewpoints that address these cultural and social issues.

NFB films help to interpret Canada to Canadians and to other nations. With a unique public organization like the NFB, emerging, aboriginal and culturally diverse voices and stories are encouraged and supported.

By finding and training new talent, the NFB acts as a mentor in animation and documentary filmmaking, two fields that have made the Film Board famous since the 1940s.

Resources allocated $44,375,000 (70%) in planned spending and $43,566,000 in actual spending (64%) and with 278 FTEs, this includes all FTEs to the English and French Programs, to Technical Innovation and Resources Branch, as well as the Business Affairs and Legal Services Branch (detailed in Appendix II).

Priorities: a) Make the NFB's overall program more relevant to Canadians today; b) place innovation at the forefront; c) champion cultural diversity and Aboriginal voices.

Performance Indicators 2003-04

- Approximately 85% of NFB productions examined social issues.
- 146 films, video and multimedia were produced.
- 52 co-productions with the private sector were made. Three were documentary series: *Marché Jean-Talon* (6 films), *Mission Arctique/Arctic Mission* (5 films), and *My Brand New Life/Je vis ta vie* (13 films). This marked a significant increase over 2002-03.

- We reached 9,341,000 television viewers, 20% more than in 2002-03.
- 90% of Canadians surveyed recognize the NFB, and a large number feel strongly that government funding to the NFB should be maintained; they also think that the NFB provides good value for money and that documentary films are an important part of learning about Canada.
- *Hothouse 1* and *2* and *Momentum* programs encourage emerging filmmakers and innovation in animation and multimedia.
- 288 projects received aid from the NFB Filmmaker Assistance Program (FAP) and the Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC).
- 30% of NFB productions were made by emerging filmmakers.
- 25% of NFB productions were made by filmmakers from Aboriginal, ethnic and cultural minority communities.

ACHIEVEMENTS AND PERFORMANCE OF THE NFB IN MEETING STRATEGIC OUTCOME # 1

Priority a): Make its overall program more relevant to Canadians today

The NFB is an important producer of relevant Canadian content.

In 2003-04, the NFB's key objectives remain the following:

- To produce point-of-view documentaries on major social issues.
- To produce animated shorts featuring a variety of techniques and forms, encouraging artistic imagination and creativity.
- To develop meaningful interactive projects for young audiences.

The NFB partnered with private independent producers, broadcasters (public, private and specialty) domestically and internationally.

The NFB's International Co-production Unit contributed to making the programs relevant by partnering with agencies and broadcasters to co-produce works that offer a cultural or educational alternative to purely commercial programming.

Indicators

To measure the performance of the NFB in meeting priority a), we examine the diversity of genres and subject matter, audience satisfaction, positive support and recognition from the public and NFB performance at Canadian and foreign film festivals.

- **Diversity of Genres and Subject Matter**

When we look at the diversity of genres and subject matter in NFB productions in 2003, we note that approximately 85% of the films examined social issues. The NFB made 146 films, videos and multimedia products, which included 52 co-productions with the private sector. Of these, three were documentary series: *Marché Jean Talon* (6 films); *Mission Arctique/Arctic Mission* (5 films), and *My Brand New Life/Je vis ta vie* (13 films).

The total number represents a significant increase from 2002-2003 (60 original NFB productions and co-productions), which is partly due to the 52 co-productions with the private sector and the length of the production cycle.

Number of Productions by Genre: 2003-2004

Documentaries	96
Animated films	32
Animated films with interactivity	18*
Total	**146**

* includes one CD

Documentaries from 2003 include *Crapshoot: The Gamble with Our Waste*, which probes the discharge of toxic waste into sewers; *Hospital City* looks at the workers at a big city hospital.

Relationships among people are the subject of several films, including *Community Mediation: Two Real-Life Experiences*, a DVD by Stéphane Drolet outlining avenues for conflict resolution; and Craig Chivers' *No Place Called Home,* about the difficulties of a large rural family looking for decent, affordable housing.

Canadian policy also comes under the filmmakers' critical lens. This year, in *Les héritiers du mouton noir*, Jacques Godbout brings back the protagonists of his 1992 film *Le mouton noir* to see how these idealists of yesteryear envisage Quebec in the 21st century. The debate on this and related issues is open to everyone on the NFB's *Parole citoyenne* Web site, a forum for democratic participation by the public. Since September 2003, filmmakers, professionals and citizens have engaged in dialogue on subjects such as citizenship in the 21st century, homosexuality and difference, and children and the educational system.

The NFB's special focus on young people does not end at films for youths. We also involve them in the filmmaking process itself. For example, the Youth Advisory Council was created for the development, production and release of the short education film *Out of Sight... Out of Mind.* Young people advised and consulted in live meetings and through a Web forum. Another noteworthy initiative was a workshop to introduce children to the elements of film animation, organized in Iqualuit (Nunavut) with Inuit Communications Systems Limited and the Inuit Broadcasting Corporation. The workshop will be televised throughout the North and will be made available on the NFB Web site.

The series *My Brand New Life* and *Je vis ta vie*, co-produced with Les Productions La Fête, were also designed for and with youth. The idea behind these documentary shorts is to give kids a chance to expand their cultural horizons by experiencing the everyday lives of others first hand.

In *A Border Story*, a preteen from Washington visits a boy in Ottawa, on the First of July, and the two meet again in Washington, DC, on July 4. *Enfin la récré (School's Out* is the English version) is about three kids switching places for the day with the school custodian, the principal and a teacher.

Other examples of works made for children and youth are:

It's a Girl's World: This is a journey into the complex world of girl bullying with an emphasis on the bully herself. This film had a particular impact with Canadians as it was also broadcast with a companion CBC radio documentary; listeners and viewers called the CBC and the NFB in the days following the broadcasts clamouring for copies.

Coucou/Cuckoo is a Web site for kids 5 to 8 offering entertaining and educational content inspired by the animated cuckoo bird Mr. Edgar. Themes include family, memories and the passage of time.

The NFB enjoys an excellent reputation in Canadian educational circles. A number of videos and Web sites were produced in 2003-04 around the themes of school and family life, science, and interaction among young people from different communities. The series *Arctic Mission/Mission Arctique* raised awareness about the impact of global warning, and the films were supplemented by ideas for teachers, on the NFB Web page, on how to use these videos in the classroom. The NFB provides a genuine alternative to the commercial products aimed at children, while offering support material for teachers.

- **Audience Interest in the NFB and NFB Films**

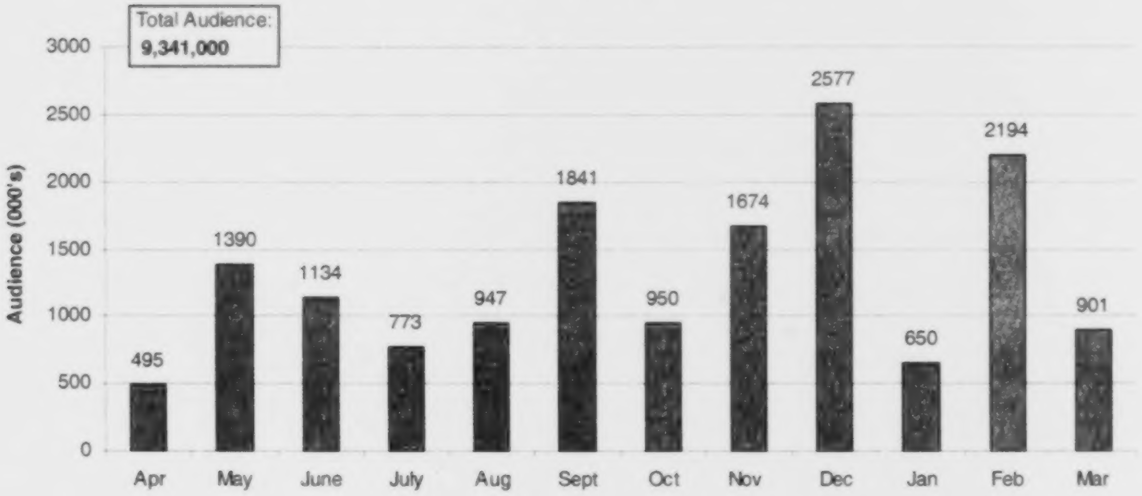
Measuring TV audiences for NFB broadcasts is one indicator of how well we are reaching audiences.

Television Audience

As a significant contributor to distinctive Canadian content on the Canadian broadcasting system, NFB productions are seen across Canada on a variety of channels, from conventional networks to specialty and digital channels. Since 2001, the NFB has shared partnership in the digital broadcast channel, the Documentary Channel (with CBC and Corus). Through its co-productions, the NFB extends its brand value and that of its partners.

In 2003-2004, NFB productions reached a total of 9,341,000 viewers, 20% more than the previous year. The table below illustrates the monthly reach of NFB productions.

Monthly reach for NFB television programs broadcast on English - and French-language networks (viewers aged 2 and over - 2003-2004)



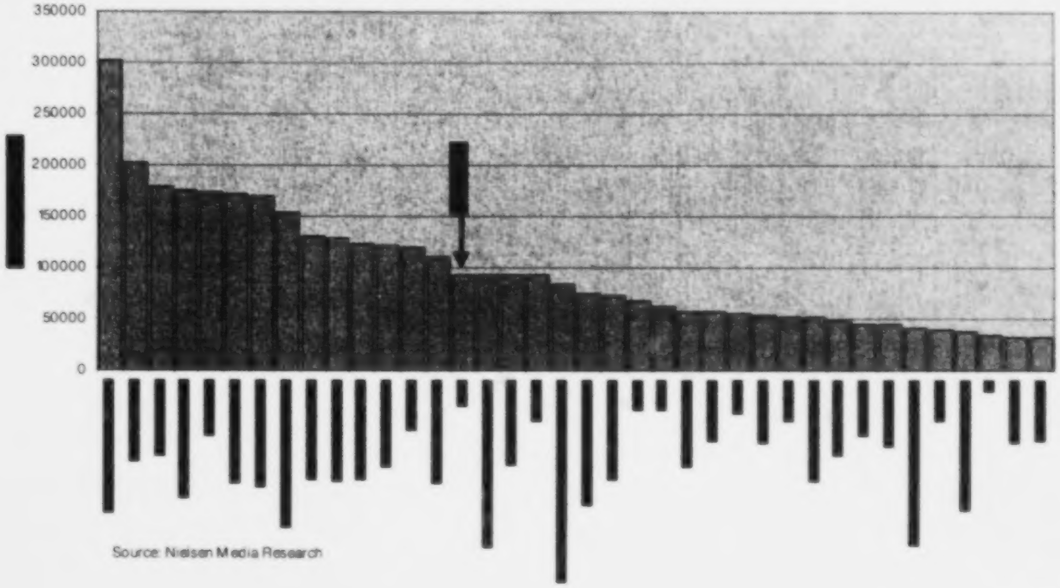
Source: CMRI (Nielsen)

NFB films were especially visible on CBC, Discovery, Showcase, CBC Newsworld, Bravo, Life Network, Radio-Canada, History Television, TVA, Vision TV, Canal D and Télé-Québec.

Several films attracted huge audiences. One of the highest rated programs in September 2003 was *Marché Jean Talon,* with almost half-a-million viewers on Radio-Canada. *Arctic Mission: The Great Adventure* surpassed 500,000 viewers when it aired on CBC's *Nature of Things* in February 2004. In addition the co-production *Men of the Deeps* garnered an audience of 956,000 viewers on CTV.

Even though the NFB does not have its own channel, it can and does measure its reach as if it were a channel. The chart below shows the results, as compared with other channels, based on what is reported by Nielsen.

Audience Reach of NFB and Selected Other TV Services
Persons 2-plus, All Canada, 2003-04



Canadians are watching more homegrown documentaries on TV and in commercial theatres. In a survey taken in July 2003, about 73% of English Canadians and 56% of French Canadians stated a preference for Canadian-made documentaries over foreign ones. Another report shows that Canadians, especially young Canadians, are very interested in watching Canadian documentaries on television. The study shows that young Canadians, between 18-24 prefer to watch documentaries right after their choice of feature films. Canadian drama is very low on their list [4].

---

[4] Canadian Media Research Inc. The TVQ Survey 2003: A Report on Canadians' Attitudes Toward TV, December 2004.

Web Site Development and Traffic

Web site traffic is also a relevant indicator of how well the NFB reaches audiences.

Web Site Usage

	2002-2003	2003-2004
Page views	30,162,775	40,507,512

NFB Web site traffic was up 34% , with over 40 million page views recorded on the NFB's Web site in 2003-2004.

- **Canadian Attitudes, Recognition and Support of the NFB**

A study commissioned by the NFB shows that Canadians continue to support the role of the NFB. About 90% of those surveyed recognize the NFB, and many feel strongly that NFB films should be made more available on TV, that government funding should be maintained, that the NFB provides good value for money and that documentary films are an important part of learning about Canadian history, people and places.[5]

- **Performance at Canadian and Foreign Festivals**

Recognition of the excellence of NFB films by industry peers in Canada and abroad is an objective measure of the competitiveness – and thus the quality, relevance and innovativeness – of NFB productions. The following table shows the number of awards won by the NFB in festivals during this fiscal year, compared with last year.

Film Awards

	2002-2003	2003-2004
Canada	42	38
International	106	79
Total	148	117

[5] POLLARA, "A Survey on Behalf of the National Film Board" – Main Findings, March 2004 (omnibus survey).

The NFB, its filmmakers and productions have garnered an important collection of awards and honours. This year, we received 117 awards and special mention from Canadian and international festivals, including three honorary awards. Two honorary awards went to filmmaker Alanis Obomsawin, while the third went to the NFB for its contribution to promoting French in the workplace.

Several filmmakers received outstanding honours this year:

Peter Raymont's *The World Stopped Watching* was selected by a number of festivals and won an Honourable Mention in the War and Peace category at the Columbus International Film and Video Festival (Worthington, USA), as well as two Special Mentions at the latest FIPA in Biarritz.

Arctic Mission, a five-film series, was screened at the 9th Kyoto Protocol Conference of the Parties (CoP 9), an international meeting of 3,000 experts from governments and environmental organizations. *Climate on the Edge*, one of the films in the series, received a special screening organized by the Canadian High Commission in Washington of heads of environmental organizations, government representatives, members of Congress and senators.

Outstanding honours went to Paule Baillargeon for *Claude Jutra, portrait sur film* and to Catherine Anne Martin for *The Spirit of Annie Mae*. Paule Baillargeon earned six awards, including a Gémeaux and a Gemini for best biography or portrait.

Three Web sites carried off awards as well: *Ultrabug Cliposcope* and *The Mission: A Great Scientific Adventure* tied for a MIM d'Or at the Marché international du multimédia de Montréal, while *Guide de Sécurité contemporain*, on the Engrenage Web site won 2nd Prize in the Independent Directors category at Anima 04.

Priority b): Place innovation at the forefront

In both the content and genre and form (use of technologies), the NFB continued to foster innovation. Our International Co-production Unit encourages experimentation through partnerships. The following partnerships were formed in 2003:

- The NFB and the NHK, Japan's Broadcasting Corporation, will develop common initiatives in co-production and the sharing of technological innovation.
- The NFB and France 2 will finance two feature-length documentary co-productions for prime-time broadcast on a number of international networks.
- The NFB and SIRPO (Seoul Industry Promotion Foundation, Republic of Korea) will work together in animation by encouraging co-operation on a variety of activities, including festivals, exhibitions, workshops, seminars and distribution.

Indicator

- **Innovation at the NFB**

The NFB has several programs that help emerging filmmakers. *Momentum* encourages innovative methods for low-budget documentary shorts. This seven-week program provides emerging filmmakers with an opportunity to enhance their research, writing and directing skills through an intense workshop, followed by a mentored filmmaking experience.

Hothouse 1 and 2 have resulted in innovative works in animation and multimedia. These programs encourage promising animation filmmakers to create a 30-second animation from concept to video release, with the full support of NFB creative experts. *Cineweb ONF* and *Webworks* gave emerging filmmakers a chance to make innovative, low-cost animated films for the Web.

The NFB is using its Web platform to position itself as a key partner for young filmmakers through such initiatives as *SilenceOncourt.tv*, which broadcasts French-language shorts, while showcasing new talent. Now racking up 200,000 online screenings a year, the platform is steadily increasing in popularity.

The Filmmaker Assistance Program (FAP) and the Aide au cinéma indépendant - Canada (ACIC) provide assistance to emerging filmmakers to complete their films. Films produced with these programs often perform extremely well at festivals and on television. In 2003-2004, ACIC provided assistance to 85 projects while FAP helped fund 203 projects.

Projects Supported

	2001-2002	2002-2003	2003-2004
Aide au cinéma indépendant (ACIC)	51	87	85
Filmmaker Assistance Program (FAP)	195	229	203
Total	246	316	288

Priority c): Champion cultural diversity and Aboriginal voices

The NFB continued to encourage culturally diverse and Aboriginal voices.

Indicator

- **Diversity of Genres and Subject Matter**

Gil Cardinal's documentary *Totem: The Return of the G'psgolox Pole* tells of the Haislas' discovery and recovery of their totem pole in a Stockholm museum. Loretta Sarah Todd's documentary *Kainayssini Imanistaisiwa - The People Go On* takes us on a journey to discover the knowledge of her people.

Renowned Aboriginal filmmaker Alanis Obomsawin, in *Our Nationhood*, chronicles the determination and resolve of the Listuguj Mi'gmaq people to use and manage the natural resources of their traditional lands.

A number of films produced in 2003-04 focus on cultural diversity or were made by filmmakers from different cultural backgrounds, here are some examples:

- *Discordia*, by young filmmakers Ken Addelman and Samir Mallal, views the Palestine-Israel conflict through a unique lens.
- *Zero Tolerance*, by Michka Saäl, provides insight into the daily lives of minority groups, portraying their relationship with the police in Montreal.
- *La cueca sola*, by Marilú Mallet, is a solitary dance of one woman in memory of the thousands of men who were killed or disappeared following the 1973 coup in Chile.

- **Reflection of the diversity of filmmakers**

One way to measure the NFB's success in making relevant audiovisual content is by examining the diversity of the filmmakers. In 2003-04, 25% of NFB productions were made by filmmakers from Aboriginal, ethnic and cultural minority communities.

The SPARK and IPLOC programs had a significant impact on improving the skills of members of culturally diverse and minority-language communities.

IPLOC is a three-year strategy to develop production and distribution opportunities for members of minority language communities by focusing on training and development and improving access to Canadian films and promoting their distribution.

SPARK, also a three-year initiative with the Department of Canadian Heritage, helped 18 individuals work on English program productions and 20 on French program productions during internships as directors of photography, sound recordists and editors and in aspects of post-production, mixing and other areas. The initiative also helped build audiences at various festivals.

French Program congratulated the three winners of the *Nouveaux Regards* competition open to visible minority francophones. Hind Benchekroun's project offers an unusual look at identity by tracing the career of a songstress in the Muslim tradition. Hyacinthe Combary of Burkina-Faso encouraged us to rethink our views of popular beliefs in a world of disappearing values and traditions.

In the English-language markets, the third edition of the Canada-wide *Reel Diversity* competition was launched. The NFB now has its $1 million commitment. The five winners each have the opportunity to make a 40-minute documentary to be aired by Reel Diversity's broadcast partners, CBC Newsworld and Visioning. For more details on these programs consult the NFB Web site at <www.nfb.ca>.

Strategic Outcome # 2

Available, accessible and valued audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences

<u>**Performance Summary – Strategic Outcome # 2**</u>

Why it is important to Canadians: Canadians deserve access to audiovisual materials that connect with them on social issues. The NFB delivers on this commitment and also affords Canadians the chance to participate and engage in dialogue on issues that matter to them.

Resources allocated: $12,000,000 in planned spending (19%) and $16,656,000 in actual spending (25%) (detailed in Appendix II).

Many activities and NFB departments support this objective: sales, market development, marketing, communications and outreach development, along with information management and Internet projects.

142 FTEs, this includes all FTEs in the Distribution Branch and the Communications and Outreach Branch.

Priorities: a) Strengthen the NFB's brand and connection with Canadians, thereby increasing audiences and maximizing revenues. b) Establish mechanisms for better access, closer contact and dialogue on NFB productions. c) Ensure that the NFB's collection is preserved for future generations.

Performance Indicators 2003-04

- The NFB's Canadian and international production, distributions and outreach activities contribute to its visibility, while generating significant revenues. This year NFB revenues rose to $8.7 million, compare to $ 7.2 million.
- Established partnerships with 49 libraries across Canada. There were 207,246 loans.
- 482 public screenings were held (60% in English and 40% in French), attended by 75,846 people, up 50% over last year.
- 34 master classes were held in eleven Canadian cities, with the prestigious filmmakers Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon and Chris Hinton.
- 10,000 people are in the NFB Film Club/Cinéclub ONF, a significant increase over last year's 2,570 membership.
- NFB ensured that its collection is preserved for future generations. Several projects were implemented, with assistance from the Department of Canadian Heritage's Memory Fund, such as *The Industrial Age (1867-1945), D-Day, World War One*.
- NFB Montréal welcomed over 110,000 visitors, a 9% increase over 2002-03, and the Toronto Mediatheque welcomed over 75,407 people, a five-fold increase over 2002-03.

ACHIEVEMENTS AND PERFORMANCE OF THE NFB IN MEETING STRATEGIC OUTCOME # 2

Priority a): Strengthen the NFB's brand and connection with Canadians, thereby increasing audiences and maximizing revenues

Several initiatives were implemented to diversify NFB sources of revenue and to develop new markets more effectively, while increasing its visibility. We are also developing networks to increase access to NFB resources and strengthening relationships with learning channels: educational broadcasters, teachers, learning and research institutions, librarians, and so on. Outreach activities include public screenings, retrospectives, museum exhibits and branded television slots.

To strengthen alliances with Canadian school systems, we are enriching learning materials, organizing workshops at regional and provincial teaching conferences and offering teacher-training events in universities, in co-operation with educational experts and learning centres.

Through its outreach activities, the NFB invites emerging filmmakers, film professionals, and university students (as well as the interested members of the public) to master classes on documentary film and animation. In 2003-04, thirty-four master classes were held in eleven Canadian cities, with the prestigious directors Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon and Chris Hinton. The purpose is to share creative and technical expertise.

The long-term challenge is to find accurate and sophisticated tools to measure the impact of the NFB's productions and lifelong learning on Canadians. In particular, the Board wishes to measure the extent to which NFB films communicate the Canadian experience and values to Canadian and foreign audiences.

A new initiative, which will contribute to strengthening the NFB brand, is the creation of the Advisory Council. Composed of nine members, the role of the Council is to help form an important bridge with key communities.

Indicators

- **Market Development and brand recognition**

The NFB's Canadian and international production, distribution and outreach activities contribute to its visibility, while generating significant revenues. We make the best possible use of our national and international networks to ensure that our productions are seen by as many people as possible and reach our clients. This year in particular, NFB revenues increased significantly from $7.2 million in 2002-2003 to $8.7 million in 2003-2004.

The NFB continued its partnership with the Documentary channel, to which the NFB provides 50 hours of NFB productions annually. Many of these are broadcast in NFB-branded slots. This channel is for tier 2 digital and is available by satellite or digital cable. Given the importance of promotion and marketing in the new audiovisual environment, the value of this channel in creating audience loyalty is significant.

The NFB also recently concluded an agreement with the National Geographic Society (NGS) to distribute archive holdings. This partnership enriched the NFB's collection and further developed its access to international markets.

Distribution revenues from Canadian and international markets (including stock shots) rose in 2003-04 to $5.9 million, a substantial increase over the previous year. This increase is apparent in the Canadian institutional and educational market and also the home consumer market. Internationally, there has been a significant increase from television, attributed to sales in the USA, Europe and Africa. 2003-04 was a record year for pre-sales and sponsorships, revenues rose to $1.9 million compared to $610 thousand in 2002-2003.

The following table shows revenues (in thousands).

Revenues
(In thousands)

		2001-2002	2002-2003	2003-2004
CANADIAN DISTRIBUTION		2,875	2,427	2,614
INTERNATIONAL DISTRIBUTION		1,573	1,912	2,597
STOCK SHOTS		783	648	658
	SUB-TOTAL	**5 231**	**4 987**	**5 869**
SPONSHORSHIPS AND PRE-SALES		873	610	1961
MISCELLANEOUS		803	1579	911
	TOTAL	**6,907**	**7,176**	**8,741**

Priority b): Establish mechanisms for better access, closer contact and dialogue on NFB productions

In order to connect with different shareholders, groups and community organizations, the NFB stepped up its outreach activities in 2003.

The two NFB consultation centres (CinéRobothèque and the Toronto Mediatheque) are key places for interaction with the public. These high-tech facilities offer visitors access to the NFB's extensive collection on-line through the digitized catalogue on the premises. These media hubs also offer workshops in animation, documentary and media literacy. Young audiences, school groups and families can also attend workshops and film screenings in the NFB cinemas in Montreal and Toronto. Emerging filmmakers, film industry professionals and university students are invited here to master classes on documentaries and animation.

The NFB also recently concluded an agreement with the National Geographic Society (NGS) to distribute archive holdings. This partnership enriched the NFB's collection and further developed its access to international markets.

Distribution revenues from Canadian and international markets (including stock shots) rose in 2003-04 to $5.9 million, a substantial increase over the previous year. This increase is apparent in the Canadian institutional and educational market and also the home consumer market. Internationally, there has been a significant increase from television, attributed to sales in the USA, Europe and Africa. 2003-04 was a record year for pre-sales and sponsorships, revenues rose to $1.9 million compared to $610 thousand in 2002-2003.

The following table shows revenues (in thousands).

Revenues
(In thousands)

		2001-2002	2002-2003	2003-2004
CANADIAN DISTRIBUTION		2,875	2,427	2,614
INTERNATIONAL DISTRIBUTION		1,573	1,912	2,597
STOCK SHOTS		783	648	658
	SUB-TOTAL	**5 231**	**4 987**	**5 869**
SPONSHORSHIPS AND PRE-SALES		873	610	1961
MISCELLANEOUS		803	1579	911
	TOTAL	**6,907**	**7,176**	**8,741**

Priority b): Establish mechanisms for better access, closer contact and dialogue on NFB productions

In order to connect with different shareholders, groups and community organizations, the NFB stepped up its outreach activities in 2003.

The two NFB consultation centres (CinéRobothèque and the Toronto Mediatheque) are key places for interaction with the public. These high-tech facilities offer visitors access to the NFB's extensive collection on-line through the digitized catalogue on the premises. These media hubs also offer workshops in animation, documentary and media literacy. Young audiences, school groups and families can also attend workshops and film screenings in the NFB cinemas in Montreal and Toronto. Emerging filmmakers, film industry professionals and university students are invited here to master classes on documentaries and animation.

Indicator

- **Connecting with Canadian**

In 2003-04, the cinema at NFB Montreal welcomed over 110,000 visitors, a 9% increase over the previous year, generating $339,110 in revenue. To encourage visits to the CineRobotheque, where customers can watch films at private viewing stations, more films were made available. A total of 24,813 people visited the CineRobotheque, 2% more than the previous year.

Outreach also organized more public screenings of NFB films around the country. In 2003, 482 public screenings were held (60% in English and 40% in French), attended by 75,846 people, up 50% over last year.

The NFB continues its successful bilingual membership program called NFB Film Club (Cinéclub ONF), which began in October 2002, and provides a free subscription to *Focus* (NFB newsletter), special discounts on selected products, and invitations to film premieres, master classes and workshops. The Club has grown to 10,000 members and about 1,000 new members register every month.

In March, the NFB launched a national advertising campaign with 594 posters in bus shelters and ads on the Internet. This campaign to promote the NFB Web site was extremely successful, generating 816,000 banner views and over 3,000 new requests for membership in the NFB Film Club.

Priority c): Ensure that the NFB collection is preserved for future generations

Several projects were implemented, with assistance from the Department of Canadian Heritage's Memory Fund.

- *The Industrial Age (1867-1945)* is a Web journey into Canadian history, featuring over 100 film clips from NFB films.
- *D-Day*, a testimonial site with four full-length films from World War Two, was set up to mark the 60th anniversary of the Allied Landing in Normandy. This project was carried out with the Department of Veterans Affairs.
- *World War One*, the first phase of a large-scale conservation operation, went online and includes some 20 archival films shot at the front by Canadian troops.

The NFB also digitized some 50 film clips for the <culture.ca> site.

Researching NFB films has been made easier. The MADIS research project, in partnership with the Centre de recherche informatique de Montréal (CRIM) and McGill University, improved the audiovisual indexing of NFB films. And phase 1 of DVDcopy was launched, a system that automatically produces and duplicates NFB titles on DVD.

Indicators

- **Access to the NFB's Audiovisual Holdings**

The Toronto Mediatheque welcomed over 75,407 visitors: 15,326 attended film screenings, 18,000 used the personal viewing stations, and 9,500 chose the animation workshops. The total is a five-fold increase from the previous year (which was its first year of operation), generating $69,000 in revenue.

To increase the visibility of the NFB in the educational sector, the Board organized workshops at seven regional and provincial teaching conferences, three national conferences and four teacher-training events in universities.

The NFB online video-on-demand pilot project, CineRoute, has been available since December 1999 to Canadian universities and colleges on CA*net4, a national optical Internet research and education network. In the second phase of development, CineRoute-Public makes 250 films from the NFB collection available to Canadians at home, online.

In light of the importance of new media and the growing Internet, the NFB Web site introduced a number of new features this year such as an updated statistics engine and webcasting expertise, especially for people with disabilities.

The NFB has established partnerships with 49 public libraries across Canada. The libraries are granted preferential rates for acquiring NFB films and receive one copy of new releases, free of charge, in return for holding a significant NFB collection in both official languages and loaning or renting these films to their patrons.

Film Loans by Partner Libraries

2001-2002	2002-2003	2003-2004
217,964	222,827	207,246

Partnership agreements also ensure access to selected NFB productions in official minority languages, in line with the NFB's responsibilities under the *Official Language Act*, sections 41 and 42. This network was expanded to include the Nunavut library, where a film collection has been placed for circulation among regional facilities.

Strategic Outcome # 3

An efficiently managed organization conducive to creativity and knowledge building

<u>**Performance Summary -- Strategic Outcome # 3**</u>

Why it is important to Canadians: The NFB takes very seriously the public investment in the Film Board and strives to make sure that there is value returned. The more efficient and effective it performs the greater use can be made of its resources and operations for production, innovation, experimentation, distribution and access initiatives.

Resources allocated: $6,800,000 million in planned spending (11%) and $7,000,000 million in actual spending (11%) (detailed in Appendix II).

78 FTEs, this includes all FTEs in the Administration, Human Resources and Planning branches and the Commissioner's office.

Priorities: a) Strengthen the artist-artisan relationship, b) maximize revenues, c) forge national and international alliances and build partnerships to enhance innovation and creativity, d) manage resources efficiently and effectively.

Performance Indicators 2003-04

- Improvements to systems resulting in better tracking and monitoring of services.
- Prudent management of public funds and maintaining 11% administration costs.
- 2003-04 saw various international partnerships develop, for example, with NHK, which is Japan's Broadcasting Corporation, with KOFIC, the Korean Film Commission of the Republic of Korea, and with France 2.
- The NFB's Canadian and international production, distributions and outreach activities contribute to its visibility, while generating significant revenues. This year NFB revenues rose to $8.7 million, compare to $ 7.2 million.
- 34 master classes were held in eleven Canadian cities, with the prestigious filmmakers Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon and Chris Hinton.

ACHIEVEMENTS AND PERFORMANCE OF THE NFB IN MEETING STRATEGIC OUTCOME # 3

Priority a): Strengthen the artist-artisan relationship

This is one priority that requires more attention. The NFB's Technical Innovation and Resources branch plays an important role in strengthening the artist-artisan relationship by making sure that technical standards are respected; that new tools are integrated into the post-production process; and providing or finding the necessary expertise. One goal has been to create closer ties with technical coordinators and post-production supervisors across the country. The challenge is for everyone involved in the production process to adopt a more horizontal way of working.

The NFB's master classes are also aimed at fostering the art and craft of filmmaking and sharing it with the industry. Examples include a Webcast presentation of the selected works of John Weldon; a master technical class at the CineRobotheque; and a master class with celebrated French filmmaker Jean-Jacques Beineix. Master class by artisans of digital imagery.

Priority b): Maximize revenues

The NFB's acquisition policy introduced two years ago aims to optimize the NFB's expertise in distribution of social issue documentaries, experimental productions and animated films. In so doing, the NFB helps Canadian and foreign producers benefit from this expertise. In 2003, the Film Board signed an agreement with Partners in Motion to distribute over 200 hours of new programming. The NFB has also joined with textbook publisher Chenelière McGraw-Hill, which will present NFB audiovisual works as educational support for their texts, an arrangement which should increase revenues in the institutional market (for more details on revenues, please see the table at pages 34).

Priority c): Forge national and international alliances and build partnerships to enhance innovation and creativity

A number of partnerships were signed in 2003 to enable the NFB to share costs and pool expertise. One important vehicle for leveraging resources is co-productions with partners in Canada and abroad (for more details, please see pages 18, *Production and Distribution Partners*, and 29, *Place Innovation at the Forefront*).

Priority d): Manage resources efficiently and effectively

The most important initiative is the NFB's three-year action plan on Modern Management Practices. The NFB is part of a modern business culture, and this plan should strengthen transparency and accountability of the organization.

By applying modern comptrollership and by meeting its legislated and administrative reporting obligations, the NFB continues to enhance its risk-management.

Managers are responsible for meeting the objectives outlined in their individual performance evaluations. These objectives continue to be aligned with responsibility for budget and human resources.

The NFB continued implementation of leading-edge practices in the management of information technology, finances and in operations. A noteworthy example includes the Electronic Rights Management System (ERMS), a module for managing incoming rights (the rights the NFB must acquire in order to exploit a work) permits easier and more efficient management of a very large number of rights from diverse sources.

Indicators

- **Improvements to systems**

We are improving systems for production, distribution and administration so that the NFB can meet its objectives to produce high-quality audiovisual works and to reach audiences as effectively as possible. Initiatives include:

- The Synchrone integrated information and knowledge management system continues to be improved. The number of documents posted on the NFB Intranet has increased significantly, providing employees with up-to-date information.
- The Electronic Rights Management System (ERMS), an important database, continues to be expanded; the aim is to include information on the more than 10,000 titles in the NFB's collection.

- **Prudent Management of Funds**

One way that the NFB ensures that resources are linked to outcomes is by allocating the majority of its resources to filmmaking. In 2003-04, $43.56 million (64% of our budget) was spent on filmmaking, $16.65 million (25%) on distribution, marketing and outreach, and $7.09 million (11%) on administration.

The NFB strives to keep administrative costs as low as possible. We have succeeded in keeping such costs between 10 and 11% of our budget in the last few years.

- **Client Satisfaction**

The NFB monitors client satisfaction regularly. A 2004 survey shows that there is strong support among Canadians for the NFB. About two-thirds of those surveyed believe that the NFB provides good value to Canadians and that public funding should be maintained.[6]

[6] POLLARA, "a Survey on Behalf of the National Film Board" – Main Findings, March 2004.

VI-APPENDICES

APPENDIX 1: Consolidated Reporting

AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Canadian Heritage

I have audited the statement of financial position of the National Film Board as at March 31, 2004 and the statements of operations, net assets and cash flow for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Board's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Board as at March 31, 2004 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Further, in my opinion, the transactions of the Board that have come to my notice during my audit of the financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the *National Film Act* and the by-laws of the Board.

Nancy Cheng, FCA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 31, 2004

NATIONAL FILM BOARD

MANAGEMENT REPORT

We have prepared the accompanying financial statements of the National Film Board Revolving Fund. These financial statements were prepared by the management of the Fund in accordance with Treasury Board of Canada accounting standards based on Canadian generally accepted accounting principles. Some previous year's figures have been restated and reclassified to conform to the current year's presentation.

Responsibility for the integrity and objectivity of these financial statements rests with the management of the Fund. In order to assure maximum objectivity and freedom from bias, the financial data contained in these financial statements has been examined by the Audit and Finance Committee and presented to the Board of Trustees. The information included in these financial statements is based on management's best estimates and judgment with due consideration given to materiality. To fulfil its accounting and reporting responsibilities, the Fund maintains a set of accounts which provides a centralized record of the Fund's financial transactions. Financial information contained in the ministerial statements and elsewhere in the Public Accounts is consistent with that in these financial statements, unless indicated otherwise.

The Director, Administration, develops and disseminates financial management and accounting policies and issues specific directives which maintain standards of accounting and financial management. The Fund maintains systems of financial management and internal control which gives due consideration to costs, benefits and risks. They are designed to provide reasonable assurance that transactions are properly authorized, are executed in accordance with prescribed regulations, and are properly recorded so as to maintain accountability of Government funds and safeguard the assets under the Fund's administration. Financial management and internal control systems are augmented by the maintenance of internal audit programs. The Fund also seeks to assure the objectivity and integrity of data in its financial statements by the careful selection, training and development of qualified staff, by organizational arrangements that provide appropriate divisions of responsibility and by communication programs aimed at ensuring that its regulations, policies, standards and managerial authorities are understood throughout the organization.

Management has presented the financial statements to the Auditor General, who audited them and has provided an independent opinion which has been appended to these financial statements.

Approved by:

Luisa Frate
Chief, Financial Operations
(Senior Full-time Financial Officer)

Maryse Charbonneau
Director, Administration
(Senior Financial Officer)

May 31, 2004

NATIONAL FILM BOARD

Statement of Financial Position
as at March 31

ASSETS

	2004	2003 (Restated Note 3)
Financial assets		
Cash	$ 273,784	$ 237,734
Due from the Consolidated Revenue Fund	1,343,068	1,281,572
Accounts receivable		
Government of Canada	124,764	1,637,368
Outside parties	3,963,856	2,503,838
Inventories	499,989	446,089
Deposits	464,147	457,519
	6,669,608	6,564,120
Non-financial assets		
Prepaid expenses	579,463	981,146
Property and equipment (Note 6)	9,848,694	10,142,378
	10,428,157	11,123,524
	$ 17,097,765	$ 17,687,644

LIABILITIES

	2004	2003 (Restated Note 3)
Accounts payable		
Government of Canada	$ 980,914	$ 790,254
Outside parties	5,112,183	5,817,740
Accrued salaries and vacations	824,414	583,941
Deferred revenue	383,251	410,206
Employee severance benefits (Note 7)	6,268,643	6,221,308
Obligation under capital leases (Note 9)	2,181,225	534,046
	15,750,630	14,357,495
Net assets	1,347,135	3,330,149
Commitments and contingencies (Notes 12 and 13)		
	$ 17,097,765	$ 17,687,644

The accompanying notes are an integral part of the financial statements.

Approved by Management:

Director, Administration

Government Film Commissioner

Approved by the Board of Trustees:

Member

Member

NATIONAL FILM BOARD

Statement of Operations
for the year ended March 31

	2004	2003 (Restated Note 3)
Expenses (Note 8)		
English Programming		
Production of films and other forms of visual presentations		
Board's program	$ 25,930,808	$ 26,129,896
Sponsored production	1,046,440	444,131
Marketing of films and other forms of visual presentations	1,483,502	869,654
	28,460,750	27,443,681
French Programming		
Production of films and other forms of visual presentations		
Board's program	17,703,117	17,191,075
Sponsored production	915,246	166,047
Marketing of films and other forms of visual presentations	1,316,927	962,804
	19,935,290	18,319,926
Distribution	7,940,995	8,156,645
Communications and Outreach Development	9,843,927	8,933,433
Digital development and applications	2,577,225	2,365,040
Management and Administration	9,123,649	8,383,138
Cost of operations	77,881,836	73,601,863
Revenues		
Programming		
Production and marketing of films and other forms of visual presentations		
English Programming	1,046,440	444,131
French Programming	915,246	166,047
Distribution		
Film prints, rentals and royalties	5,210,604	4,339,524
Other activities		
Services and miscellaneous	1,413,798	2,081,260
	8,586,088	7,030,962
Net cost of operations	$ 69,295,748	$ 66,570,901

The accompanying notes are an integral part of the financial statements.

NATIONAL FILM BOARD

Statement of Cash Flow
for the year ended March 31

	2004	2003 (Restated Note 3)
Operating activities		
Net cost of operations	$ (69,295,748)	$ (66,570,901)
Items not requiring an outlay (inflow) of cash:		
Amortization of property and equipment	3,591,100	3,460,174
(Gain) loss on disposal of property and equipment	(57,232)	387,096
Change in liability for accrued vacations	(5,184)	8,761
Net change in employee severance benefits	47,335	179,977
Other changes in assets and liabilities	61,496	678,338
Cash used in operating activities	(65,658,233)	(61,856,555)
Financing activities		
Payments on obligation under capital leases	(781,874)	(585,543)
Cash used in financing activities	(781,874)	(585,543)
Capital activities		
Acquisition of property and equipment	(966,006)	(3,288,094)
Proceeds from disposal of property and equipment	154,875	145,923
Cash used in capital activities	(811,131)	(3,142,171)
Net cash provided by Government of Canada	$ (67,251,238)	$ (65,584,269)

The accompanying notes are an integral part of the financial statements.

NATIONAL FILM BOARD

Statement of Net Assets
for the year ended March 31

		2004		2003
Net assets, beginning balance	$	3,330,149	$	3,638,443
Net cost of operations		(69,295,748)		(66,570,901)
Net cash provided by Government		67,251,238		65,584,269
Change in due from the Consolidated Revenue Fund		61,496		678,338
Net assets, ending balance	$	1,347,135	$	3,330,149

The accompanying notes are an integral part of the financial statements.

NATIONAL FILM BOARD

Notes to Financial Statements
March 31, 2004

1) Authority and purposes

The National Film Board was established in 1939 under the *National Film Act*, and is the agency responsible for administering the Act.

The National Film Board (Board) is a cultural agency named in Schedule I.1 of the *Financial Administration Act* reporting to the Minister of Canadian Heritage. It is administered by a Board of Trustees appointed by the Governor in Council and chaired by the Government Film Commissioner.

The Board's legislative mandate is to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular:

- to produce and distribute and to promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;
- to represent the Government of Canada in its relations with persons engaged in commercial motion picture film activity in connection with motion picture films for the Government or any department thereof;
- to engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;
- to advise the Governor in Council in connection with film activities;
- to discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct it to undertake.

2) Significant accounting policies

These financial statements have been prepared in accordance with Treasury Board of Canada accounting standards based on Canadian generally accepted accounting principles. The most significant policies are as follows:

Parliamentary appropriation

Operations are funded through a permanent authority from Parliament (Revolving Fund) and a parliamentary appropriation voted annually.

The Revolving Fund allows the Board to make payments out of the Consolidated Revenue Fund for working capital, interim financing of operating costs and property and equipment acquisitions. This authority requires that the aggregate of admissible working capital and net book value of property and equipment does not exceed $15 million.

The Board is also financed in part by the Government of Canada through a Parliamentary appropriation. The appropriation is voted annually to replenish the Revolving Fund for net acquisitions of property and equipment and the admissible cost of operations. The basis of the appropriation provided to the Board do not parallel the accounting principles applied in preparing the financial statements since appropriation is primarily based on cash flow requirements. Consequently, items recognized in the statement of operations and the statement of financial position are not necessarily the same as those provided through a appropriation from Parliament. Note 5 provides a reconciliation between the two bases of reporting.

Net cash provided by Government

The Board operates within the Consolidated Revenue Fund (CRF), which is administered by the Receiver General for Canada. All cash receipts are deposited to the CRF and all cash disbursements are paid from the CRF. The net cash provided by Government is the difference between all cash receipts and all cash disbursements including transactions with other departments and agencies.

Due from the Consolidated Revenue Fund

Due from the Consolidated Revenue Fund balance represents the amount of cash that the Board is entitled to draw from the CRF without further appropriation, in order to discharge its liabilities.

Expense recognition

All expenses are recorded on the accrual basis.

Production of films and other forms of visual presentations

All production costs are charged to operations in the year in which they are incurred and shown in the Statement of Operations as follows:

Board's program
All costs incurred for unsponsored productions, the Board's share in co-productions and the excess of costs over the sponsor's contribution for partially sponsored productions.

Sponsored production
All costs incurred for fully sponsored productions and the sponsored costs of partially sponsored productions.

Revenues

Revenues from production of films and other forms of visual presentations are accounted for at an amount equal to the sponsored production costs during the year in which these costs are incurred. Any profit is recognized in the year the production is completed.

Royalty revenues are recognized once all of the Board's obligations have been fulfilled and its expenses have been accounted for, regardless of when the acquirer actually uses the work.

Accounts receivable

Accounts receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized. A provision is made for external accounts receivable where recovery is considered uncertain.

Inventories

Materials and supplies are carried at cost.

Film prints and other forms of visual presentations held for sale are carried at the lower of cost of production and net realizable value. The cost of other prints is expensed on a current basis.

Property and equipment

Property and equipment are amortized on the straight line method over the estimated useful life of the assets, as follows:

–	Technical equipment	from 4 to 10 years
–	Software & data processing equipment	from 5 to 10 years
–	Office furniture & equipment	from 5 to 10 years
–	Rolling stock	5 years
–	Assets under capital leases and leasehold improvements	terms of the leases

The Board has a collection of nearly 20,000 audiovisual works produced between 1895 and the present. This inestimable collection is not intended for sale and does not have a measurable value. It has, however, been assigned a nominal value of $1 in the financial statements, appearing on the statement of financial position as property and equipment to ensure that the reader is aware of its existence.

The Board enters into operating lease agreements to acquire the exclusive use of certain property and equipment. These rental fees are charged to operations in the year to which they apply. The Board also enters into capital lease agreements by which almost all the benefits and risks inherent to ownership of the assets are transferred to the Board. The Board then records an asset and an obligation corresponding to the present value of the acquisition price of the asset. The assets recorded from a capital lease agreement are amortized on the same basis as other assets owned by the Board and the obligations are amortized over the lease term.

Contributions to Public Service Pension Plan

Employees participate in the Public Service Pension Plan sponsored by the Government of Canada. Both the employees and the Board contribute to the cost of the Plan. Contributions by the Board are recorded on an accrual basis in the year the corresponding service is rendered by the employees. The Board's responsibility with regard to the pension plan is limited to its contributions. The Board is not required to make contributions with respect to any actuarial surpluses or deficiencies.

Employee severance benefits

Employees are entitled to severance benefits as provided for under their conditions of employment. The Board recognizes the cost of future severance benefits over the periods in which the employees render services to the entity and the liability for these benefits is recorded in the accounts as the benefits accrue to employees.

Foreign currency transactions

Transactions involving foreign currency are translated into Canadian dollar equivalents using rates of exchange in effect at the time of those transactions. Monetary assets and liabilities denominated in a foreign currency are translated into Canadian dollars using the rate of exchange in effect on 31 March.

Measurement uncertainty

The preparation of these financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that could affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant items where estimates are used are the useful life of property and equipment, allowances for doubtful accounts and the liability related to employee severance benefits. The estimates are reviewed periodically and as adjustments become necessary, they are reported in net cost of operations in the period in which they become known.

3) **Changes in accounting policy**

In prior years the Board complied with the accounting principles for Revolving Funds of the Government of Canada and has now changed its presentation in order to conform with Treasury Board of Canada accounting standards based on Canadian generally accepted accounting principles. The Board made the following changes:

> The Board's financial statements previously consisted of a Balance Sheet, a Statement of Operations and Accumulated Deficit, a Statement of Cash Flows and Notes to Financial Statements. The Board's financial statements for the year ended March 31, 2004 contain a Statement of Financial Position, a Statement of Operations, a Statement of Net Assets, a Statement of Cash Flow and Notes to Financial Statements.

The Board now reports net cash provided by the Government of Canada in the Statement of Net Assets and the Statement of Cash Flow. Previously, Parliamentary appropriation received from the Government of Canada was presented in the Statement of Operations and Accumulated Deficit. The Net assets no longer presents the "Accumulated net charge against the Revolving Fund's authority" (ANCAFA). The ANCAFA was composed of two elements: "Due from the Consolidated Revenue Fund" and "Net funding for property and equipment". Rather than grouped together in Net assets, the "Net funding for property and equipment" is now presented in the Statement of Net Assets and the "Due from the Consolidated Revenue Fund" is presented as a Financial asset.

The changes in the presentation of the financial statements have no effect on the net cost of operations for the year (2003 – nil). The changes in accounting policies have been applied retroactively, therefore certain comparative figures have been reclassified to conform to current year's presentation.

4) **Participation**

During the 2004 fiscal year, the Board continued to participate in a long-term partnership with The Documentary Channel. Participation is 14% of the specialty service (14 x $1 units). Pursuant to the investment agreement, the NFB's obligations with respect to debts, liabilities and other obligations are limited to the capital invested. The NFB also agreed to provide a specific number of hours of documentary programming each year at a set price, 50% of it recoverable as short-term receivables and 50% converted to a long-term interest-bearing loan repayable under certain conditions. The loan will be accounted for once these conditions are met.

5) **Parliamentary appropriation**

The Board receives funding through Parliamentary appropriation.

a) Reconciliation of Net cost of operations to Parliamentary appropriation used:

	2004	2003
Net cost of operations	$69,295,748	$66,570,901
Acquisition of property and equipment	966,006	3,288,094
Payments on obligation under capital leases	781,874	585,543
Gain (loss) on disposal of property and equipment	57,232	(387,096)
Change in liability for accrued vacations	5,184	(8,761)
Net change in employee severance benefits	(47,335)	(179,977)
Proceeds from disposal of property and equipment	(154,875)	(145,923)
Amortization of property and equipment	(3,591,100)	(3,460,174)
Total Parliamentary appropriation used	$67,312,734	$66,262,607

b) Reconciliation of Parliamentary appropriation voted to Parliamentary appropriation used:

	2004	2003
As per Main Estimates – Vote 75	$62,870,000	$60,783,000
Supplementary Estimates appropriation	4,639,132	6,312,533
Authority to carry forward	(196,398)	(832,926)
Total Parliamentary appropriation used	$67,312,734	$66,262,607

c) Reconciliation of net cash provided by Government of Canada to Parliamentary appropriation used:

	2004	2003
Net cash provided by Government of Canada	$67,251,238	$65,584,269
Other changes in assets and liabilities	61,496	678,338
Total Parliamentary appropriation used	$67,312,734	$66,262,607

6) **Property and equipment**

	Technical equipment	Software & data processing equipment	Office furniture & equipment	Rolling stock	Collection	Leasehold improvements	Total
Opening April 1, 2003							
Cost	$23,124,016	$12,350,666	$1,064,840	$31,755	$1	$3,644,950	$40,216,22[illegible]
Less: Accumulated amortization	19,741,019	7,861,655	859,724	31,755	--	1,579,697	30,073,850
Carrying cost	3,382,997	4,489,011	205,116	--	1	2,065,253	10,142,378
In-year transactions							
Additions	2,051,801	1,145,334	26,888	--	--	171,036	3,395,059
Net disposals/write-offs	(89,047)	(6,585)	(2,011)	--	--	--	(97,643)
Amortization	(1,265,321)	(1,432,223)	(34,988)	--	--	(858,568)	(3,591,100)
Closing March 31, 2004							
Cost	20,121,737	12,450,895	1,049,773	31,755	1	3,815,986	37,470,147
Less: Accumulated amortization	16,041,307	8,255,358	854,768	31,755	--	2,438,265	27,621,453
Carrying cost	$ 4,080,430	$ 4,195,537	$ 195,005	$ --	$ 1	$ 1,377,721	$ 9,848,694

The above assets include equipment under capital leases for a total cost of $3,542,642 (2003 – $1,752,767) less accumulated amortization of $1,406,440 (2003 – $1,462,860). Current year amortization expenses relating to property under capital lease amount to $792,364 (2003 – $425,926). Acquisitions under capital leases amounted to $2,429,053 (2003 – $291,956).

7) **Employee benefits**

Pension benefits

The Public Service Superannuation Plan required the Board to contribute at a rate of 2.14 times (2003 – 2.14) the employees' contributions. The Board's contribution to the Plan during the year is $3,378,698 (2003 - $3,158,984).

Severance benefits

The Board provides post-employment benefits to its employees through a severance benefit plan. This benefit plan is not pre-funded and thus has no assets.

	2004	2003
Liability for severance benefits, beginning of year	$ 6,221,308	$ 6,041,331
Expense for the year	653,597	931,890
Benefits paid during the year	(606,262)	(751,913)
Liability for severance benefits, end of year	$ 6,268,643	$ 6,221,308

8) **Expenses**

	2004	2003
Salaries and benefits	$ 37,744,608	$ 35,970,867
Professional and special services	10,232,226	8,884,589
Rentals	9,252,309	8,615,536
Transportation and communication	4,971,562	4,725,046
Cash financing in co-productions	4,277,244	4,143,702
Amortization of property and equipment	3,591,100	3,460,174
Materials and supplies	2,602,900	2,479,058
Contracted film production and laboratory processing	1,588,519	1,615,720
Information	1,580,661	1,249,257
Repairs and upkeep	771,209	643,791
Royalties	732,535	998,763
Miscellaneous	594,195	428,264
(Gain) loss on disposal of property and equipment	(57,232)	387,096
	$ 77,881,836	$ 73,601,863

9) **Obligation under capital leases**

The Board has entered into agreements to rent technical, data processing and office equipment under capital leases. The assets have been capitalized using implicit interest rates varying from 7% to 14%. The related obligations are liquidated over a 3-5 year lease term. Minimum lease payments totalled $781,874 for the year ended March 31, 2004 (2003 – payments of $585,543 and adjustment of $66,199). Interest of $40,021 (2003 – $90,418) was charged to operations.

The obligation under capital leases includes the following:

Future minimum lease payments:

2005	$ 811,023
2006	716,415
2007	650,904
2008	647,135
2009	83,800
	2,909,277
Less: interest	728,052
	$2,181,225

10) **Related party transactions**

The Board is related in terms of common ownership to all departments, agencies and Crown corporations created by the Government of Canada. The Board enters into transactions with these entities in the normal course of business. During the year ending March 31, 2004, the Board entered into the following related party transactions:

a) the Board leased accommodations from the Department of Public Works and Government Services Canada (PWGSC) for the amount of $6,857,932 (2003 - $6,603,922).
b) the Board received a Web site from a Crown corporation without consideration.

11) **Fair value of financial instruments**

Accounts receivable, deposits, accounts payable and obligation under capital leases are incurred in the normal course of business. The carrying amounts of each of these accounts approximate their fair value because of their short-term maturity. There is no concentration of accounts receivable and, therefore, there is no significant credit risk.

12) **Commitments**

The Board has long-term lease agreements for premises and equipment. The most significant of these agreements has been concluded with PWGSC for premises until 2016. Future minimum rental payments for the next five years are as follows:

	Premises	Equipment	Total
2005	$ 6,854,000	$ 598,000	$ 7,452,000
2006	6,558,000	221,000	6,779,000
2007	6,080,000	16,000	6,096,000
2008	5,290,000	--	5,290,000
2009	5,192,000	--	5,192,000
2010-2016	32,157,000	--	32,157,000
	$ 62,131,000	$ 835,000	$ 62,966,000

From the amount of $62,131,000 for the lease for premises, agreements have been signed for $408,000 with outside parties and $61,723,000 with PWGSC.

13) **Contingencies**

In the normal course of business, the Board is the defendant in pending claims or lawsuits. It is the opinion of Management that these actions will not result in any substantial liabilities for the Board.

14) **Comparative figures**

Certain comparative figures have been reclassified to conform with the presentation adopted in 2004.

APPENDIX II: Financial Performance

Modernizing Comptrollership

The NFB carried on the implementation of modern comptrollership. In 2003-04, the NFB:

- initiated the development of performance indicators
- conducted a risk management study in establishing the risk profile (operational and strategic)
- speeded-up the budget planning process
- reviewed and updated the action plan
- submitted an internal communications strategy and a training strategy

Transfer Payments

In 2003-2004, the NFB disbursed $297,500 in transfer payments. Of this $10,000 was in the form of grants to encourage award-winners at significant film events of national or international interest held in Canada and the rest consists of contributions to support non- profit organizations working in the film sector and to help promote Canadian cinematography. These are always small amounts paid to a number of different recipients.

Special Travel Policies

Although, as a separate employer, the NFB may establish its own travel policy in practice we follow Treasury Board's policy very closely; any differences would have an almost negligible effect. At the NFB, the same travel policy applies to all categories of staff, including Governor in Council appointees and executives.

Materiel Management

For the past several years, the NFB has kept records of its inventories of movable goods and goods hold for sale (audiovisual products). Physical counts and re-assessments are done on a regular basis to ensure that our financial statements always show the actual value of these goods.

Service improvement Initiative

The NFB constantly looks at improving client satisfaction and access. In 2003-2004, the NFB made access easier to its products through improvements to its Web site and iStores by offering incentives and rebates to its customers, being home consumers and institutions.

Financial Performance

Tables 1 and 2 show the appropriations granted to the NFB for 2003-2004 and actual spending. The variance between planned spending and actual spending results from additional projects undertaken with the assistance of Canadian Heritage as Memory Fund, ERMS, IPOLC, Spark, and with the assistance of Treasury Board such as Modern Comptrollership, Evaluation and Audit.

Table 3 shows changes in NFB spending over the past few years. The numbers indicate total spending funded from the parliamentary appropriation and revenues generated from NFB operations. Variances are due to fluctuations in revenues and to addition to the Vote to cover costs associated with special programs and initiatives.

Table 4 shows respendable revenues. Production and distribution revenues had a substantial increase over this last two years.

A small portion of our resources is used for transfer payments in the form of grants and contributions. The breakdown is presented in Table 5.

Table 6 presents the breakdown of the NFB Revolving Fund, which is used for funding the working capital for commercial activities and the net value of capital assets.

Financial Summary Tables

Financial Table 1 - Summary of Voted Appropriations

Financial Requirements by Authority (thousands of dollars)			
Vote/Program	2003-2004		
	Planned Spending (net)	Total Authorities (net)	Actual Spending (net)
75 National Film Board Revolving Fund - Operating loss	62,870	67,509	69,296
(L) National Film Board Revolving Fund	375	375	(1983)
Total Agency	**63,245**	**67,884**	**67,313**

Note: The summary financial information includes three figures showing:

The amount planned at the beginning of the fiscal year (Planned Spending).

- The amount authorized reflecting additional spending that Parliament decided to grant the departments in light of changing priorities and unexpected activities (Total Authorities) - includes fund carried forward from the previous year and adjustments in the collective agreements. It also includes special allocations received from the Memory Fund and various initiatives such as SPARK and IPLOC.
- The amount actually spent (Actual Spending 2003-2004).

The operating deficit shown under the NFB's revolving fund is totally offset by an annual parliamentary appropriation (Vote 75 for fiscal 2003-2004), which is a fairly unique situation for spending authorities. Only the working capital related to the NFB's commercial operations and changes in the net book value of capital assets are funded by a statutory appropriation (see also Table 6).

Financial Table 2 - Comparison of Total Planned to Actual Spending

Comparison of Total Planned to Actual Spending (thousands of dollars)			
	2003-2004		
NFB Operations	**Planned**	**Total Authorities**	**Actual**
FTEs	510	510	498
Operating*	71,895	76,486	75,756
Capital	-	-	-
Voted Grants and Contributions	250	298	298
Total Gross Expenditures	**72,145**	**76,784**	**76,054**
Less:	(8,900)	(8,900)	(8,741)
Respendable Revenues			
Total Net Expenditures	**63,245**	**67,884**	**67,313**
Other Revenues and Expenditures Non-Respendable Revenues	-	-	-
Cost of Services Provided by Other Departments	7	7	0
Net Cost of the Program	**63,252**	**67,891**	**67,313**

* *Includes contributions to employee benefit plans and severance pay.*

Financial Table 3 – Historical Comparison of Total Planned to Actual Spending

Historical Comparison of Total Planned to Actual Spending (thousands of dollars)					
			2003-2004		
	Actual 2001-2002	Actual 2002-2003	Planned	Total Authorities	Actual
National Film Board Operations	69,998	73,440	72,145	76,784	76,054
Total	**69,998**	**73,440**	**72,145**	**76,784**	**76,054**

This table shows changes in NFB spending over the past few years. The figures indicate total spending funded from the parliamentary appropriation and from revenues generated by NFB operations. Variances are due to fluctuations in revenues and adjustments in the parliamentary appropriation.

For 2003-2004, the table shows the Planned Spending indicated in the Main Estimates at the beginning of the fiscal year. Total Authorities includes additional funding received to cover special program and initiatives such as the online activities Memory Fund, IPOLC, Spark, Modern Comptrollership and funds carried forward from the previous year.

It should be kept in mind that the NFB has only one business line.

Financial Table 4 – Respendable Revenues

Respendable Revenues (thousands of dollars)					
			2003-2004		
Respendable Revenues	Actual 2001-2002	Actual 2002-2003	Planned Revenues	Total Authorities	Actual
National Film Board Operations	6,907	7,176	8,900	8,900	8,741
Total Respendable Revenues	6,907	7,176	8,900	8,900	8,741

Financial Table 5 – Transfer Payments

Transfer Payments (thousands of dollars)					
			2003-2004		
	Actual 2001-2002	Actual 2002-2003	Planned Spending	Total Authorities	Actual
Grants	13	10	10	10	10
Contributions	309	260	240	288	288
Total Transfer Payments	322	270	250	298	298

Financial Table 6 – Revolving Fund Financial Summaries

Revolving Fund Financial Summaries					
National Film Board Revolving Fund (thousands of dollars)					
			2002-2003		
	Actual 2001-2002	**Actual 2002-2003**	**Planned**	**Total Authorities**	**Actual**
Revenues (Parliamentary appropriation)	63,091	66,263	63,245	67,884	67,313
Net Expenditures	(63,091)	(66,263)	(63,245)	(67,884)	(67,313)
Profit or (loss)	0	0	0	0	0
Add items not requiring use of funds	(2,969)	(3,847)	(2,000)	(2,000)	(3,576)
Changes in working capital	0	0	0	0	0
Investing activities: acquisition of depreciable assets	3,295	3,794	2,000	2,000	1,593
Cash (requirement)	326	(53)	375	375	(1,983)
Authority: cumulative (drawdown)	13,675	13,622	13,800	13,800	11,639

Note: The National film Board's Revolving Fund is authorized by the *Revolving Fund Act* for commercial operations related to the production and exploitation of the collection of NFB audiovisual products.

APPENDIX III: Background on the National Film Board

A. Organization Chart

The following chart shows the organizational and hierarchical structure by which the NFB ensures the day-to-day management of its service lines to provide optimal efficiency and effectiveness.

Areas of Responsibility

The Program is directed by the Government Film Commissioner and is divided into nine major areas of responsibility:

English Program manages English-language production and marketing activities in Canada.

French Program manages French-language production and marketing activities in Canada.

Distribution is responsible for domestic and international sales and commercial activities, Stock Shot Library, various distribution support services and Customer Services.

Technical Innovation and Resources consists of equipment and maintenance services, editing and related services, sound post-production and image post-production, research and development.

Communications and Outreach Development includes Communications, Outreach Development, Government Relations, Collections Management, Information Management, and the management of the NFB's participation in Canadian and foreign festivals.

Administration comprises financial administration, accommodations, material management and information technology.

Human Resources includes human resources management, training and the Employment Equity Program.

Planning consists of planning, evaluation and internal audit.

Board of Trustees Secretariat, Business Affairs and Legal Services also includes access to information.

APPENDIX IV: Other Information

A. Contact List

- Maryse Charbonneau, Director, Administration (m.charbonneau@nfb.ca)
- Audrey Doyle, Director, Planning, Evaluation and Audit (a.doyle@nfb.ca)
- Catherine Boucher, Principal Analyst, Planning, Evaluation and Audit (c.boucher@nfb.ca)

> *Anyone wishing to obtain further information from those responsible for the different service lines can find the necessary addresses and phone numbers on the NFB Web site at <www.nfb.ca >.*

B. Legislation Administered and Associated Regulations

- *National Film Act*, R.S.C. 1985, c. N-8 (as amended November 1, 1995)

BUDGET DES DÉPENSES

Office national du film

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2004

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commençant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le Rapport sur le rendement met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2004

Ce document est disponible en médias substituts sur demande.

Ce document est disponible sur le site Web du SCT à l'adresse suivante : www.tbs-sct.gc.ca.

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des
Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC
Ottawa, Canada K1A 0S9

No de catalogue BT31-4/51-2004
ISBN 0-660-62654-3

105-01188/

Avant-propos

Au printemps 2000, la présidente du Conseil du Trésor a déposé au Parlement le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Ce document expose clairement les mesures qu'entend prendre le gouvernement pour améliorer et moderniser les pratiques de gestion des ministères et organismes fédéraux.

L'approche utilisée par le gouvernement pour offrir ses programmes et services aux Canadiens et aux Canadiennes se fonde sur quatre engagements clés en matière de gestion. Tout d'abord, les ministères et les organismes doivent reconnaître que leur raison d'être est de servir la population canadienne et que tous leurs programmes, services et activités doivent donc être « axés sur les citoyens ». Deuxièmement, le gouvernement du Canada s'engage à gérer ses activités conformément aux valeurs les plus élevées de la fonction publique. Troisièmement, dépenser de façon judicieuse, c'est dépenser avec sagesse dans les secteurs qui importent le plus aux Canadiens et aux Canadiennes. En dernier lieu, le gouvernement du Canada entend mettre l'accent sur les résultats, c'est-à-dire sur les impacts et les effets des programmes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats, par l'entremise des ministres, au Parlement et aux citoyens. Les ministères et les organismes sont invités à rédiger leurs rapports en appliquant les principes pour l'établissement des rapports publics sur le rendement efficaces (voir le *Guide pour la préparation des rapports ministériels sur le rendement 2004* : http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/03-04/guidance/table-of-contents_f.asp). Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats - soit les avantages dévolus aux Canadiens et aux Canadiennes et à la société canadienne - et il doit refléter ce que l'organisation a pu contribuer à ces résultats. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte ainsi que décrire les risques et les défis auxquels le ministère a été exposé en répondant aux attentes sur le rendement. Le rapport doit aussi souligner les réalisations obtenues en partenariat avec d'autres organisations gouvernementales et non-gouvernementales. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

Par l'intermédiaire des rapports sur le rendement, les ministères et organismes visent à répondre au besoin croissant d'information des parlementaires, des Canadiens et des Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les parlementaires et les autres lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer la qualité de ces rapports. Nous invitons donc tous les lecteurs à évaluer le rapport sur le rendement d'une institution gouvernementale en se fondant sur les principes établis et à lui fournir des commentaires en vue du prochain cycle de planification et de rendement.

Le présent rapport peut être consulté sur le Site web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante : http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp

Les observations ou les questions peuvent être adressées à :
Direction de la gestion axée sur les résultats
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
L'Esplanade Laurier
Ottawa (Ontario) K1A 0R5
OU à : rma-mrr@tbs-sct.gc.ca

Office national du film du Canada

Rapport sur le rendement

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2004

Liza Frulla

Ministre du Patrimoine canadien

Table des matières

I MESSAGES 3

Message de la ministre 4

Message du commissaire du gouvernement à la cinématographie 5

II DÉCLARATION DE LA DIRECTION 7

III SOMMAIRE DU RENDEMENT 8

IV LE CONTEXTE 13

2. Description des secteurs de service de l'ONF 13

3. Réalisations en matière de rendement 15

4. Le milieu de l'audiovisuel 16

5. Modifications à la structure gouvernementale, à la comptabilité et à l'établissement de rapports 17

6. Principaux risques 17

7. Principaux partenaires 18

8. Contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales 20

9. Indicateurs sociaux : Le rendement du Canada 21

V- EXPLICATION DU RENDEMENT 22

Premier résultat stratégique 22

Deuxième résultat stratégique 32

Troisième résultat stratégique 38

VI ANNEXES 41

ANNEXE 1 : Rapports consolidés 42

ANNEXE II : Rendement financier 55

ANNEXE III : Aperçu de l'Office national du Film 62

ANNEXE IV : Autres renseignements 63

I-MESSAGES

Message de la ministre

Ministre
du Patrimoine canadien

Minister
of Canadian Heritage

Ottawa, Canada K1A 0M5

Notre façon de relever les défis et de profiter pleinement de toutes les possibilités qui se présentent est un élément fondamental de notre identité collective en cette ère de changement. Les efforts que nous déployons pour atteindre nos objectifs nous inspirent un sentiment de fierté renouvelé. Nous devons saisir toutes les occasions de mettre en valeur notre dualité linguistique, notre diversité culturelle et notre volonté de faire place à tous et à toutes.

En tant que membre du portefeuille du Patrimoine canadien, l'Office national du film du Canada (ONF) collabore avec des partenaires et des créateurs des quatre coins du pays afin de resserrer les liens entre les Canadiens et de mieux faire connaître les diverses communautés du Canada.

L'ONF est un véritable lieu de création d'oeuvres audiovisuelles canadiennes à la fois originales, audacieuses, intéressantes et accessibles. Il soutient les nouveaux cinéastes, les jeunes, les Autochtones et les membres des diverses communautés culturelles qui permettent aux Canadiens et Canadiennes de mieux comprendre la réalité du pays et du monde dans lesquels ils vivent.

Ce rapport sur le rendement présente les réalisations que l'ONF a accomplies en collaboration avec différents intervenants et partenaires. Le gouvernement du Canada et ses employés sont fiers d'appuyer et de promouvoir nos artistes, nos langues officielles et notre patrimoine culturel au pays et à l'étranger, et ce rapport en est le plus vibrant témoignage.

Liza Frulla

Liza Frulla

Message du commissaire du gouvernement à la cinématographie

L'Office national du film est une institution vouée à la création, et unique en son genre, qui rejoint la population canadienne et les publics aux quatre coins du globe. L'importance qu'il continue de revêtir aux yeux des Canadiens et Canadiennes découle de ce mandat. En menant à bien un programme intégré de production et de distribution d'œuvres audiovisuelles pertinentes pour la population canadienne, il joue un rôle de catalyseur qui favorise la participation des citoyens et citoyennes; il appuie l'acquisition continue du savoir; il innove sur le plan de la forme et de la pratique cinématographiques; il aide les nouveaux talents; il donne aux Canadiens et Canadiennes une voix qui leur est propre; il transmet les valeurs canadiennes au pays et à l'étranger.

Au cours du dernier exercice, l'ONF et son personnel se sont lancés dans un effort collectif à l'échelle du pays pour faire le point sur le Plan stratégique 2002-2006. Ainsi, Impact 2004 a permis d'évaluer les stratégies et les projets élaborés dont nombre ont été mis en œuvre. De cette démarche a découlé un ONF renouvelé et revigoré. Les Canadiennes et Canadiens estiment que l'ONF représente un bon investissement et appuient le maintien de son financement public. Dans les médias publics et privés, on considère également que l'ONF est un organisme moderne, avec lequel il fait bon établir des partenariats visant la production, la distribution, l'innovation technologique et le rayonnement.

Voici les priorités clés sur lesquelles nous nous concentrerons dans l'avenir : productions médiatiques audacieuses, enracinement profond au sein des communautés canadiennes et internationales; exploitation des occasions de partenariat; appui à la prise de risque en vue de la promotion d'un milieu plus propice à la création et à l'innovation. Nous continuerons d'améliorer nos méthodes de travail, de forger des partenariats et de créer un climat favorisant l'adaptation rapide aux innovations technologiques et à l'évolution de l'industrie.

Nous sommes encore et toujours attachés à servir la diversité et à trouver des façons originales d'offrir aux jeunes cinéastes les moyens de partager leur vision du Canada avec leurs concitoyens et concitoyennes. L'année dernière, 30 % de nos productions ont été réalisées par des cinéastes de la relève, majoritairement (plus de 73 %) issus de différentes communautés autochtones ou culturelles.

La programmation jeunesse est un autre de nos points forts et l'ONF jouit d'une excellente réputation dans les écoles canadiennes et les maisons d'enseignement. Nous continuerons de produire des œuvres audiovisuelles pour cet auditoire important et nous nous assurerons qu'il y a facilement accès. Nos centres de consultation de Montréal et de Toronto connaissent un immense succès, ce qui nous permet de rejoindre la population canadienne en plus grand nombre.

L'ONF a beaucoup accompli en matière d'innovation, tant dans le domaine de la production que dans celui de la distribution. Grâce à CinéRoute, par exemple, les Canadiens et Canadiennes sont désormais en mesure d'accéder en ligne, depuis leur domicile, à une sélection d'œuvres audiovisuelles primées de la collection de l'ONF. Les productions virtuelles comme *Momentum Online* et *Virtual Hothouse* donnent aux créateurs et créatrices vivant en régions éloignées la chance de collaborer avec l'ONF. Les projets Web et les centres de consultation sont autant d'exemples de recours ingénieux à la technologie pour rejoindre les Canadiens et Canadiennes.

L'ONF a pour double rôle de rester à l'avant-garde de la production audiovisuelle et de continuer à captiver la population. C'est avec fierté que nous assumons ce double rôle.

Jacques Bensimon
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film du Canada

II-DÉCLARATION DE LA DIRECTION

Je soumets, en vue de son dépôt au Parlement, le rapport sur le rendement de 2003-2004 de l'Office national du film du Canada.

Le document a été préparé conformément aux principes de présentation de rapport et aux exigences de déclaration énoncées dans le *Guide de préparation des rapports ministériels* sur le rendement de 2003–2004. À ma connaissance, les renseignements donnent un portrait global, juste et transparent du rendement de l'organisation à l'exercice 2003–2004.

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration

Date : 25-05-04

III-SOMMAIRE DU RENDEMENT

La section Sommaire du rendement fait ressortir :

- Les trois résultats stratégiques de l'ONF pour 2003-2004, tels qu'ils figurent dans le *Rapport sur les plans et les priorités 2003-2004;*
- Les progrès accomplis dans l'atteinte de ces résultats.

L'ONF est fier de souligner qu'il a « satisfait pleinement aux attentes » dans la réalisation de son mandat et des objectifs qu'il s'était fixés cette année.

TROIS RÉSULTATS STRATÉGIQUES

L'Office national du film du Canada se voue à produire, depuis l'élaboration du scénario à la présentation sur les écrans jusqu'aux communautés, des œuvres audiovisuelles pertinentes sur les plans social et culturel qui abordent les grands sujets de préoccupation des Canadiens et Canadiennes.

C'est un organisme totalement intégré dont toutes les activités ou presque – production, distribution, soutien technique, recherche et développement, conservation – sont liées à des objectifs sociaux.

Depuis les années 40, l'ONF perfectionne les compétences en production cinématographique au Canada. Pour lui, l'expérimentation de la forme, l'innovation technologique et le traitement cinématographique sont essentiels à la réalisation de produits audacieux et à l'innovation technique.

L'ONF joue un rôle important dans la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et des créateurs. De plus, il remplit son mandat national et international qui est de « produire, distribuer et promouvoir des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations » grâce à ses œuvres, au travail de son Unité de coproduction internationale et à la coordination d'activités culturelles pertinentes.

En fait, il produit et distribue des œuvres audiovisuelles qui rejoignent le public par la télévision, les cinémas, Internet, les écoles et les universités, les clubs vidéo et les bibliothèques. Produites dans les deux langues officielles, ces œuvres sont vues un peu partout dans le monde. Les fonds investis par le gouvernement permettent à l'ONF d'atteindre les trois résultats stratégiques que voici :

1. Une production d'œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde.
2. Des œuvres audiovisuelles accessibles et prisées, et une image de marque reconnue par les publics canadien et international.
3. Un organisme géré de manière efficiente propre à susciter la créativité et le perfectionnement des connaissances.

PROGRÈS ET RENDEMENT PAR RAPPORT AUX ENGAGEMENTS PRIS DANS LE RAPPORT SUR LES PLANS ET LES PRIORITÉS (RPP)

Premier résultat stratégique : Une production d'œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde

En 2003-2004, les trois priorités de haut niveau étaient :

a) Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui.
b) Placer l'innovation à l'avant-plan.
c) Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones.

Sommaire du rendement – aperçu des réalisations de l'ONF en 2003-2004

Indicateur : Diversité des genres et des sujets traités

- Environ 85 % des productions de l'ONF ont porté sur des questions sociales. L'un des défis de l'ONF consiste à s'assurer que ses œuvres continuent de faire connaître et comprendre des réalités qui évoluent ainsi qu'à permettre l'expression de voix nouvelles et de nouveaux phénomènes de société.
- L'ONF a produit 146 films et vidéos (animation et documentaire) et produits multimédias, portant sur une variété de sujets susceptibles d'intéresser la population canadienne et de répondre à ses besoins et préoccupations.
- Il a également participé à 52 coproductions avec le secteur privé, dont trois séries documentaires : *Marché Jean Talon* (6 films); *Mission Arctique* (5 films); and *My Brand New Life (Je vis ta vie)* (13 films). Il s'agit là d'une augmentation marquée par rapport à l'exercice 2002-2003.
- Au nombre de ses objectifs, l'ONF souhaite faire participer les jeunes au processus cinématographique. Par exemple, ses films et série de 2004 comme *It's a Girl's World*, *Cukoo (Coucou)*, *My Brand New Life* et *Je vis ta vie* ont été conçus pour eux, avec leur concours, de manière qu'ils se rapprochent d'autres Canadiens et Canadiennes et qu'ils en apprennent davantage sur l'histoire, l'identité, les valeurs et le patrimoine canadiens.
- Grâce à ses films et programmes jeunesse, l'ONF continue de consolider sa réputation d'excellence auprès des écoles canadiennes. En 2003-2004, il a produit des vidéos et des sites Web pour le secteur de l'éducation sur les thèmes de l'école et la vie de famille, les sciences, etc. Les programmes pédagogiques et de formation inspirés de la série *Mission Arctique* en sont des exemples notables et ont contribué à la sensibilisation au réchauffement planétaire.

Indicateur : Intérêt de l'auditoire pour l'ONF et ses films

- Les films de l'ONF ont rejoint 9 341 000 téléspectateurs et téléspectatrices, soit 20 % de plus que l'année précédente.
- Un certain nombre de films ont attiré un auditoire d'un demi-million de téléspectateurs : *Marché Jean Talon,* sur les ondes de Radio Canada, et *Arctic Mission: The Great Adventure,* à l'émission *Nature of Things* de la CBC, ont chacun dépassé le cap des 500 000 téléspectateurs. De plus, la coproduction *Men of the Deeps* a été vue par 956 000 téléspectateurs sur les ondes de CTV.

Indicateur : Attitudes et appui de la population canadienne à l'endroit de l'ONF

- Un sondage réalisé auprès de la population canadienne montre que 90 % des répondants connaissent l'ONF, que nombre d'entre eux appuient fortement le maintien de son financement public, estimant en avoir pour leur argent et considérant que les documentaires sont une importante source de connaissances sur le Canada[1].

Indicateur : Performance dans les festivals canadiens et étrangers

- L'ONF a reçu 117 prix et mentions spéciales pour ses productions. Deux distinctions honorifiques sont allées à la réalisatrice Alanis Obomsawin tandis qu'une troisième soulignait la contribution de l'ONF à la promotion du français au travail.

Indicateur : Innovation à l'ONF

- Les programmes *Momentum* et *Hothouse 1* et *2* ont permis à des cinéastes de la relève issus de différentes communautés culturelles de réaliser des courts métrages, des films d'animation et des produits multimédias innovateurs à petit budget.
- 30 % des productions de l'ONF ont été réalisées par des cinéastes de la relève.
- 228 œuvres ont bénéficié de l'appui du Filmmaker Assistance Program (FAP) et de l'Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC).

Indicateur : Reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes

- 25 % des productions de l'ONF ont été réalisées par des cinéastes issus des milieux minoritaires autochtones, ethniques et culturels.
- Le projet DÉCLIC et le programme PICLO ont eu des retombées importantes sur les communautés culturelles et les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Deuxième résultat stratégique : Des œuvres audiovisuelles accessibles et prisées, et une image de marque reconnue par les publics canadien et international

En 2003-2004, les trois priorités de haut niveau étaient :

a) Consolider l'image de marque de l'ONF, assurer sa présence dans la vie des Canadiens et Canadiennes et, du même coup, accroître ses auditoires et maximiser ses recettes.
b) Établir des mécanismes pour rendre les productions de l'ONF plus accessibles, les rapprocher encore davantage de la population et susciter le dialogue.
c) Veiller à préserver la collection de l'ONF pour les générations futures.

[1] POLLARA, *Un sondage commandé par l'ONF* – Faits saillants, mars 2004 (sondage omnibus).

Sommaire du rendement – aperçu des réalisations de l'ONF en 2003-2004

Indicateur : Développement des marchés et image de marque

- Par ses activités de production, de distribution et de rayonnement à l'échelle nationale et internationale, l'ONF contribue à sa propre notoriété en plus d'en tirer une part importante de ses recettes. Cette année, ces recettes ont augmenté pour atteindre 8,7 millions de dollars, comparativement à 7,2 millions de dollars l'an dernier.
- L'ONF a récemment conclu une entente avec la National Geographic Society (NGS) concernant la distribution de leurs plans d'archives respectifs.

Indicateur : Se rapprocher des Canadiens et Canadiennes

- Les films de l'ONF ont rejoint 9 341 000 téléspectateurs et téléspectatrices, soit 20 % de plus que l'année précédente.
- Au total, l'ONF a tenu 482 projections publiques (60 % en anglais et 40 % en français), auxquelles ont assisté 75 846 personnes, ce qui représente une augmentation de 50 % par rapport au dernier exercice.
- Le Cinéclub ONF compte maintenant 10 000 membres, une augmentation notable par rapport aux 2 570 membres de l'année dernière.
- En juillet 2003, l'ONF a créé le conseil consultatif, composé de personnalités influentes dans le monde du cinéma et des secteurs d'activité connexes.

Indicateur : Accessibilité à l'ensemble du Patrimoine audiovisuel de l'ONF

- ONF Montréal a accueilli plus de 110 000 visiteurs, une augmentation de 9 % par rapport à l'exercice 2002-2003; la Médiathèque de Toronto, plus de 75 000, une augmentation de 50 % par rapport au même exercice.
- L'ONF s'assure de préserver sa collection pour les générations futures. Avec le concours du Fonds Mémoire canadienne du ministère du Patrimoine canadien; plusieurs projets ont été mis en œuvre tels que *The Industrial Age (1867-1945) (L'ère industrielle 1867-1945), D-Day (jour J), World War One (Première Guerre mondiale).*
- L'ONF a entrepris d'importants projets de R et D avec des centres de recherche et des universités, dont le projet de recherche MADIS, en partenariat avec le Centre de recherche informatique de Montréal et l'Université McGill.
- La CinéRoute publique, un projet pilote de vidéo en ligne sur demande, a été mise au point et en ligne cette année, si bien que 2000 membres du Cinéclub ONF ont accès à 250 titres.
- L'ONF a établi des partenariats avec 49 bibliothèques un peu partout au pays, qui ont effectué 207 246 prêts de vidéos.

Troisième résultat stratégique : Une organisation gérée de manière efficiente propre à susciter la créativité et le perfectionnement des connaissances

En 2003-2004, les quatre priorités de haut niveau étaient :

a) Consolider la relation artiste-artisan.
b) Maximiser les recettes.
c) Forger des alliances nationales et internationales, et créer des partenariats visant à promouvoir l'innovation et la créativité.
d) Gérer les ressources de manière efficace et efficiente.

Sommaire du rendement – aperçu des réalisations de l'ONF en 2003-2004

Indicateur : Reconnaissance publique de la synergie artiste-artisan

- L'ONF a organisé 34 ateliers de maître dans 11 villes canadiennes. Des cinéastes de renom comme Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon et Chris Hinton, les ont donnés.

Indicateur : Projets entrepris en vertu d'alliances nationales ou internationales

- En 2003-2004, l'ONF a conclu divers partenariats internationaux, par exemple avec NHK, le diffuseur public du Japon, avec KOFIC, la Commission du film de la République de Corée, et avec France 2.

Indicateur : Développement et diversification des marchés

- Conformément à l'entente conclue avec l'éditeur de manuels Chenelière McGraw-Hill en 2003-2004, l'ONF présente ses produits dans les catalogues de l'éditeur.
- L'ONF est devenu l'agent de la maison de production Partners in Motion et distribuera ses productions au Canada et à l'étranger.

Indicateur : Amélioration des systèmes

- L'ONF a amélioré plusieurs de ses systèmes et, de la sorte, a mieux géré et contrôlé ses ressources, ses activités et son rendement.

Indicateur : Gestion prudente des fonds publics

- L'ONF a continué d'assurer une gestion efficace des fonds publics.
- Il a maintenu ses coûts administratifs à 11 %.

IV-LE CONTEXTE

1. Aperçu de l'ONF

Mandat

L'Office national du film (l'ONF ou l'Office) est l'organisme fédéral chargé d'administrer la *Loi sur le cinéma.*

Depuis 1939, l'ONF joue un rôle culturel et social essentiel en qualité de producteur et distributeur public et, à ce titre, donne à la population canadienne et au monde des documentaires, des films d'animation et des longs métrages de fiction canadiens originaux. L'ONF est également producteur et distributeur de contenu Web interactif.

L'Office a pour mandat de « *susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner.* »

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution qui détient une imposante collection de films, un laboratoire de conservation, ainsi que des installations de postproduction et de recherche et développement à son Bureau central, à Montréal. Le Service des relations gouvernementales exerce ses activités à partir d'Ottawa, tandis que les directions Communications et Développement des réseaux, Distribution, Relations d'affaires et Services juridiques, Planification, évaluation et vérification, Ressources humaines et Administration sont à Montréal.

L'ONF est un centre de création d'œuvres audiovisuelles unique en son genre. Ses œuvres sont produites dans les deux langues officielles. L'ONF possède des centres de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Québec, Moncton et Halifax.

2. Description des secteurs de service de l'ONF

L'ONF est une institution culturelle qui, à travers le Parlement, relève de la ministre du Patrimoine canadien. Il est administré par un conseil d'administration nommé par le gouverneur en conseil et présidé par le commissaire du gouvernement à la cinématographie.

Production : accroissement des connaissances, innovation sociale et participation citoyenne

En qualité de producteur public, l'ONF élabore et produit des films pertinents sur le plan social et culturel, qui aident la population canadienne à mieux comprendre leur pays et le monde. Les activités de l'ONF comprennent la conceptualisation, la recherche, l'élaboration, la production et le marketing social de documentaires, films d'animation, contenu nouveaux médias ou autres formes naissantes. À proprement parler, ces activités ne relèvent pas de la simple « production ». Ce sont en réalité des activités de « programmation » de telle sorte que les films sont planifiés, produits et utilisés en tant qu'outils d'accroissement des connaissances, d'éducation aux médias, d'innovation sociale et de participation citoyenne.

Distributeur public

L'ONF s'assure que les films qu'il produit rejoignent le grand public et des auditoires spécialisés en ayant recours aux circuits de diffusion et aux systèmes de distribution les plus appropriés à sa mission.

Le mandat de l'ONF est de distribuer ses produits aussi largement que possible au Canada et à l'étranger. Ses activités de distribution englobent : le marketing direct de ses catalogues audiovisuels et de sa cinémathèque de plans d'archives bien établie; l'acquisition d'œuvres qui complémentent sa collection; le développement et la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits, au Canada comme à l'extérieur; la fourniture d'un service de qualité à la clientèle (par sa boutique en ligne et son centre d'appels); l'augmentation de son fonds d'œuvres audiovisuelles par des ententes de partenariat.

Accès aux produits et rayonnement

Les activités d'accès et de rayonnement permettent : de faire le lien avec les Canadiens et Canadiennes et de les doter des ressources de l'ONF de manière à favoriser la participation citoyenne et l'acquisition continue du savoir; de faire en sorte que la collection audiovisuelle patrimoniale de l'ONF soit préservée et accessible. Pour ce faire, nous utilisons de nombreux outils : notre site Web, notre cinémathèque en ligne, les centres de consultation de Toronto et de Montréal, les ateliers de maîtres et autres. En améliorant l'accès à la collection de l'ONF, nous favorisons les compétences médiatiques.

Un rôle continu en innovation technologique

Depuis les années 40, l'ONF perfectionne les compétences en production cinématographique. Pour lui, l'expérimentation de la forme et du traitement cinématographique ainsi que l'innovation technologique sont essentielles. En découvrant et aidant les nouveaux talents, et en stimulant leur créativité, il s'assure de poursuivre ce rôle.

Ouvrir des portes à l'échelle internationale

L'ONF a également un mandat international qui est de produire, distribuer et promouvoir des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada au reste du monde. Nos productions, notre Unité de coproduction internationale et nos autres activités culturelles, nous aident à atteindre cet objectif.

3. Réalisations en matière de rendement

Dépenses réelles nettes (en milliers de dollars)	*2002-2003*	*2003-2004*
Office national du film		
Dépenses nettes prévues	61 158 $	63 245 $
Autorisations totales nettes	67 471 $	67 884 $
Dépenses réelles nettes	**66 263 $**	**67 313 $**

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois chiffres qui représentent :

les dépenses prévues au début de l'exercice (dépenses nettes prévues);

les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (autorisations totales nettes);

la somme vraiment dépensée (dépenses réelles nettes).

L'ONF répartit ses ressources financières prévues et réelles entre ses objectifs décrits à la Partie II de la façon suivante :

Allocations réelles et allocations prévues
(en milliers de dollars)

	Allocations prévues		*Allocations réelles*	
Production	44 375 $	70 %	43 566 $	64 %
Distribution et rayonnement	12 000 $	19 %	16 656 $	25 %
Soutien à la gestion	6 870 $	11 %	7 091 $	11 %
Total	**63 245 $**	**100 %**	**67 313 $**	**100 %**

4. Le milieu de l'audiovisuel

L'ONF fait face à des défis issus des changements que connaît le milieu de l'audiovisuel.

Le défi de financer les documentaires canadiens

La remarquable augmentation du nombre de chaînes spécialisées survenue ces dernières années s'est répercutée sur la production et la distribution des documentaires d'opinion. Même si la demande populaire de tels documentaires est en hausse, plusieurs études soulignent les difficultés croissantes que suscite leur financement.

En comparaison avec les autres pays, les ressources financières destinées à la production documentaire sont significativement moindres au Canada. À titre d'exemple, les licences moyennes au Canada représentaient 36,4 % du budget des documentaires anglais et 30,7 % de celui des documentaires français, comparativement à 73 % aux États-Unis pour les documentaires américains.

Popularité des documentaires d'opinion canadiens

Le public demande de plus en plus de documentaires d'opinion, comme le montre le succès du genre à la télévision et au cinéma. Selon une étude récente sur la popularité de la programmation canadienne, les documentaires canadiens jouissent d'une bonne image de marque et attirent les Canadiens et Canadiennes de tous âges.

Cette tendance ressort également de la fréquentation publique d'événements comme le Festival Hot Doc!, à Toronto, qui a augmenté de 30 % l'année dernière, et les Rencontres internationales du documentaire de Montréal, qui a connu une hausse de 50 %.

Selon un récent sondage effectué pour le compte de l'ONF, plus de 80 % de la population déclare nettement vouloir maintenir le financement public de l'ONF pour créer des documentaires canadiens sur l'histoire, la culture et le patrimoine canadiens[2].

Multiplication des choix à la télévision et dans Internet en plein essor

Dans son rapport publié en 2003 (*Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de radiodiffusion canadienne*), le Comité permanent du patrimoine canadien déclare que la fragmentation de l'auditoire et ses répercussions sur l'accès de la population canadienne aux émissions canadiennes constituent l'un des principaux défis à relever dans l'avenir. La fragmentation de l'auditoire a une incidence directe sur les recettes. Pour que les publics canadiens trouvent une programmation canadienne parmi les centaines de chaînes numériques, il faudra déployer plus d'efforts de promotion et de marketing des émissions. De manière générale, chaque émission fait concurrence à 350 autres ou plus. Voilà pourquoi les problèmes tel que la fragmentation de l'auditoire préoccupent l'ONF depuis quelques années.

---

[2] POLLARA, *Sondage commandé par l'ONF, Faits saillants*, mars-avril 2004 (Sondage omnibus).

Malgré cette fragmentation, les documentaires continuent d'attirer les téléspectateurs; certains documentaires exceptionnels ont été vus par plus d'un million de personnes[3]. Ce chiffre montre bien que l'ONF doit continuer à produire ce genre de films, qui trouvent un écho auprès de la population canadienne.

Le Comité note également que la numérisation du contenu audiovisuel se poursuit au fil de la croissance d'Internet. Aussi l'ONF poursuit-il la numérisation de sa collection pour que ses membres y aient accès par Internet. L'ONF a également des occasions d'innover dans le domaine de la production numérique, de la télévision haute définition et des médias interactifs.

5. Modifications à la structure gouvernementale, à la comptabilité et à l'établissement de rapports

Dans le discours du Trône de février 2004, le gouvernement a affirmé la nécessité de consolider la fonction de contrôleur et de surveiller la gestion au sein de la fonction publique dans le but d'assurer l'administration rigoureuse des deniers publics. L'ONF a d'ailleurs pris un certain nombre de mesures en ce sens, décrites plus en détail dans l'explication du rendement relative au troisième résultat stratégique présentée plus loin.

6. Principaux risques

L'ONF contrôle les risques de près car ils varient avec le temps. Les vérifications systématiques et régulières y contribuent et, en 2003-2004, l'ONF a créé un cadre de gestion du risque et établi le calendrier de sa mise en œuvre.

Risques externes

Les risques externes qui influent sur notre rendement comprennent les changements apportés aux méthodes de gestion et d'organisation gouvernementales ainsi que la continuité des engagements financiers du gouvernement à l'endroit de l'ONF.

Ces risques englobent également le fait que l'ONF n'a pas suffisamment accès aux canaux de diffusion et de distribution de ses productions, non plus qu'à leur promotion. Compte tenu de l'accès limité, de la programmation dans des créneaux désavantageux et de l'absence d'identification à l'écran, la population canadienne ne peut voir les films de l'ONF ou les voit difficilement et ne sait pas, ou rarement, qu'il s'agit de ses films. Dans ce contexte, il est difficile pour l'ONF d'engager le dialogue avec la population sur des sujets qui l'intéressent. Par conséquent, il risque de ne pas remplir une partie de son mandat et des objectifs qu'il s'est fixés.

Il faut également ajouter que l'ONF n'est pas le seul à éprouver des problèmes en ce qui a trait à la programmation et à la promotion des émissions diffusées à la télévision canadienne. En effet, les diffuseurs canadiens accordent le plus souvent la priorité aux émissions américaines en raison

---

[3] Groupe Nordicité ltée, *Getting Real/Toute la vérité : profil économique de l'industrie canadienne du documentaire*, mars 2003, page 1.

de leur prix plus bas et des recettes publicitaires qu'elles entraînent. Dans son rapport de 2003, le Comité permanent du patrimoine canadien souligne qu'il importe, pour le gouvernement fédéral, de trouver des stratégies pour promouvoir les émissions canadiennes, surtout en situation de fragmentation de l'auditoire. L'ONF ne peut décider de l'horaire de diffusion de ses productions; ce pouvoir réside entre les mains du diffuseur. L'ONF cherche cependant des solutions innovatrices pour promouvoir ses productions.

Atténuation des risques

Afin d'atténuer les risques, l'ONF a créé un cadre de gestion du risque et établi le calendrier de sa mise en œuvre. Il s'agit d'un processus systématique, proactif et continu visant à faire en sorte que l'organisation dans son ensemble comprenne, gère et fasse connaître les risques.

7. Principaux partenaires

L'ONF continue de s'unir à des partenaires prestigieux pour élaborer et coproduire des œuvres audiovisuelles ambitieuses et de grande qualité. Les partenariats jouent un rôle clé dans la réussite de l'ONF et dans l'exécution de son mandat. Ils lui permettent de se diversifier et de s'introduire sur de nouveaux marchés. Nous forgeons des alliances stratégiques avec des diffuseurs, des entreprises de télécommunications, des grandes maisons de production, des organismes à vocation sociale et des entreprises privées. Les partenariats peuvent aussi prendre la forme d'ententes de collaboration avec d'autres organismes publics.

Conseil consultatif de l'ONF

En juillet 2003, l'ONF a créé le Conseil consultatif, composé de personnalités influentes dans le monde du cinéma et des secteurs d'activité connexes. Ce regroupement de neuf membres offre un point de vue externe et jette un pont entre les communautés clés, conseille le commissaire sur la mise en œuvre du Plan stratégique et sur les moyens par lesquels l'ONF peut remplir au mieux son mandat dans les secteurs public et privé.

Partenaires de production et de distribution

Pour exécuter son programme de production et de distribution, l'ONF collabore souvent avec des maisons de production et de distribution du secteur privé de même qu'avec des diffuseurs publics et privés, pour coproduire, diffuser ou distribuer des films.

En 2003-2004, il a coproduit 52 films avec le secteur privé, dont trois séries documentaires : *Marché Jean Talon, Mission Arctique (Arctic Mission)* et *My Brand New Life (Je vis ta vie).* Ces partenariats permettent la mise en commun de ses ressources financières et créatrices avec celles d'autres organismes, petits et grands, de Halifax à Vancouver.

En mars 2003, l'ONF a annoncé d'importants partenariats avec France 2 et Film Australia. Son alliance avec France 2 mènera à la réalisation de longs métrages documentaires en coproduction, dont l'ONF assurera la distribution à l'échelle internationale. L'entente avec Film Australia porte sur des coproductions, de la recherche et développement et les nouvelles technologies.

L'ONF a aussi conclu une entente digne de mention avec NHK, diffuseur public du Japon, pour l'élaboration de coproductions et le partage d'innovations technologiques. Il a également signé un protocole d'entente avec la KOFIC, la Commission du film de la République de Corée.

L'ONF poursuit son partenariat avec le World Documentary Fund, de concert avec le UK Film Council et la BBC.

Partenaires du portefeuille de Patrimoine canadien

L'ONF compte sur la collaboration du ministère du Patrimoine canadien et des organismes de son portefeuille pour coordonner les activités patrimoniales et respecter les priorités pangouvernementales.

Avec d'autres organismes et sociétés d'État membres du portefeuille, l'ONF siège à plusieurs comités et groupes de travail, comme le Comité parallèle du portefeuille, une tribune où se discutent les enjeux communs aux autres organismes du portefeuille.

L'ONF s'associe fréquemment à des organismes culturels fédéraux. Son but est d'harmoniser ses politiques avec celles de Téléfilm Canada et du Conseil des Arts du Canada tout en cherchant des moyens d'accroître les possibilités de production avec Radio-Canada ou la CBC, et de diffusion sur ces chaînes. Le projet DÉCLIC, dans le cadre duquel on forme des cinéastes et des professionnels de la relève ou à mi-carrière issus de différentes communautés culturelles ou autochtones, constitue un autre exemple de collaboration entre l'ONF et d'autres organismes culturels du gouvernement fédéral. D'une durée de trois ans, ce programme, mené en collaboration avec Téléfilm Canada et le Conseil des Arts du Canada, est une initiative de l'ONF et se poursuivra jusqu'en 2005-2006.

L'ONF a créé l'Alliance sur la diversité culturelle (ADC) pour rassembler les dirigeants d'organismes culturels relevant du portefeuille du ministère du Patrimoine canadien. Les membres de l'ADC, comme le Conseil des Arts du Canada, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC) et le Musée des beaux-arts du Canada, s'engagent ainsi à collaborer pour que la diversité culturelle fasse partie intégrante de leur programmation, de leur politique d'embauche et du développement de l'auditoire.

De concert avec Téléfilm Canada, l'ONF a commandé un étude de faisabilité sur le cinéma électronique (utilisation de projecteurs numériques dans les salles de cinéma) pour accroître l'auditoire des documentaires et longs métrages canadiens.

Partenaires du milieu de l'éducation

L'ONF favorise l'établissement de liens étroits avec les chaînes éducatives, le personnel enseignant, les établissements de recherche et d'enseignement ainsi que les bibliothèques. À ce chapitre, il a mis l'accent sur le resserrement des liens avec les systèmes scolaires. L'ONF a établi des partenariats avec 49 bibliothèques un peu partout au Canada. Il fournit aussi des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de nombreux congrès annuels du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au

personnel enseignant dans les universités.

Grâce à une nouvelle entente conclue avec l'éditeur de manuels Chenelière McGraw-Hill, l'ONF pourra présenter ses produits audiovisuels comme compléments éducatifs aux manuels scolaires. L'ONF sera ainsi en mesure de développer son marché institutionnel plus efficacement, d'acquérir une plus grande notoriété dans le secteur de l'éducation et de diversifier ses sources de recettes.

8. Contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, l'ONF contribue directement à la réalisation des priorités du gouvernement fédéral. Ces priorités, énoncées dans le discours du Trône de 2004 et dans le discours budgétaire 2004, touchent plus particulièrement l'ONF.

1. *Collectivités :* Le gouvernement s'est engagé à aider les collectivités pour leur permettre d'être plus dynamiques, d'étendre leur rayonnement culturel, d'être plus unies et d'être partenaires du renforcement des assises sociales du Canada.

   L'ONF produit, dans les deux langues officielles, du contenu audiovisuel canadien sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays. Ces productions s'expriment dans des voix diverses, communiquent un sentiment de fierté à l'égard de l'histoire, de la diversité, des traditions et des réalisations canadiennes, et assurent la promotion des valeurs et des intérêts culturels canadiens non seulement au pays mais partout dans le monde. Les films et projets de l'ONF sont des produits rassembleurs qui favorisent le dialogue entre les citoyens et citoyennes, et consolident les collectivités.

   L'influence importante des films de l'ONF sur la société découle de stratégies et d'activités permanentes et intégrées en matière de communication, de marketing, de rayonnement et de distribution (ce point est abordé plus en détail sous le premier résultat stratégique).

2. *Expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones :* Conformément à l'engagement du gouvernement à l'endroit des différentes communautés culturelles et autochtones, l'ONF joue un rôle unique dans la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles réalisées par les membres de ces communautés (ce point est abordé plus en détail sous le premier résultat stratégique).

3. *Acquisition continue du savoir :* La priorité du gouvernement est de promouvoir l'acquisition continue du savoir. L'ONF appuie cet objectif de deux façons : par les nombreux films éducatifs qu'il produit et par l'importance qu'il accorde à la compétence médiatique. L'ONF soutient également la formation et le perfectionnement par divers programmes, et favorise les discussions et les débats par ses pages Web innovatrices (ce point est abordé plus en détail sous le deuxième résultat stratégique).

4. *Affaires internationales :* Le gouvernement a affirmé l'importance de la culture comme valeur d'exportation, déclarant qu'il y voit « un élément de plus en plus dynamique de l'économie du savoir. » L'ONF s'est taillé une brillante réputation internationale comme organisme véhiculant des valeurs canadiennes, faisant comprendre et connaître le Canada aux quatre coins du monde et ouvrant les portes aux artistes et entreprises canadiennes à l'échelle de la planète. Il forge des alliances internationales, cherche de nouveaux débouchés, élargit son auditoire et traite des enjeux qui touchent la population canadienne comme celle des autres nations (ce point est abordé plus en détail sous le troisième résultat stratégique).

5. *Technologie :* Le gouvernement cherche à moderniser ses institutions culturelles à l'aide des nouvelles possibilités technologiques qu'offre l'ère numérique. À ce chapitre, l'ONF est en mesure de jouer un rôle actif, tout particulièrement grâce à sa Direction innovation et ressources techniques, qui s'occupe d'aide à la préproduction et à la postproduction, de formation et d'accès au matériel. L'ONF se distingue aussi par l'expérimentation des nouvelles technologies médiatiques; par exemple, quelques-uns de ses films d'animation ont été produits sur SANDDE, un outil d'animation 3D révolutionnaire. L'ONF est un chef de file reconnu et gagnant d'Oscars dans le domaine du cinéma et de l'imagerie numérique.

   Le système de gestion des actifs numériques et les cinémathèques en ligne sont des exemples éclatants des services techniques de pointe qu'offre l'ONF. Il a aussi mis au point des outils de recherche en ligne tels que la reconnaissance de la voix et des images, des métadonnées de recherche en MPEG7 et 21 en plus d'améliorer les normes d'encodage pour l'obtention de meilleures images numériques.

   L'innovation technologique suppose également la collaboration avec les secteurs privé et public. Ainsi, la mise en place d'un réseau de projection et de distribution numériques pour les films servira mieux les objectifs culturels.

   L'ONF participe en outre au projet de recherche MADIS (en partenariat avec le Centre de recherche informatique de Montréal et l'Université McGill avec le concours financier de CANARIE), qui vise à améliorer l'indexation du contenu audiovisuel de films de l'ONF de manière à faciliter la recherche et l'extraction selon des descripteurs comme les images fixes (visages), les images en mouvement, l'audio en général (la voix) et le contenu parlé (ce point est abordé plus en détail sous les trois résultats stratégiques).

9. Indicateurs sociaux : Le rendement du Canada

Dans le document *Le rendement du Canada : rapport annuel au Parlement, 2003*, on rapporte que l'ONF contribue à « la vigueur et la sécurité des collectivités canadiennes ». Grâce à ses activités de programmation et de rayonnement, il favorise l'engagement citoyen dans le dialogue au moment voulu sur les enjeux pertinents.

V- EXPLICATION DU RENDEMENT

En guise d'introduction à l'analyse du rendement de l'ONF eu égard à chacun de ses résultats stratégiques (RS – il y en avait trois pour l'exercice 2003-2004), un sommaire du rendement relatif à chacun fournit au lecteur :

- La description de ce que l'ONF vise par ce RS;
- L'explication de la raison pour laquelle ce RS est important pour les Canadiens et Canadiennes;
- La description des ressources globales affectées à ce RS;
- La liste des priorités que s'est fixées l'ONF à cet égard;
- Un résumé des réalisations et du rendement de l'ONF quant à l'atteinte de ce RS (l'analyse complète et détaillée figure dans le corps du texte).

Premier résultat stratégique

Une production d'œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde

Sommaire du rendement – premier résultat stratégique
Raisons pour lesquelles ce résultat est important pour les Canadiens et Canadiennes : Les productions et programmes de l'ONF sensibilisent la population canadienne à un éventail d'enjeux culturels et sociaux. Les projets et productions de l'ONF contribuent à lui faire mieux comprendre les réalités socioculturelles canadiennes qui lui importent et les divers points de vue sous lesquels celles-ci sont abordées.

Les films de l'ONF contribuent à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations. Les cinéastes de la relève, autochtones ou issus de diverses cultures sont aidés et appuyés par l'ONF, un organisme public unique en son genre.

En découvrant et en formant les nouveaux talents, l'ONF joue un rôle de mentor dans les domaines de l'animation et du documentaire, deux domaines qui font sa réputation depuis les années 40.

Affectation des ressources : 44 375 000 de dollars (70 %) en dépenses prévues et 43 566 000 de dollars (64 %) en dépenses réelles, compte tenu des 278 ETP affectés à la Direction générale du Programme français, à la Direction générale du programme anglais, à la Direction innovation et ressources techniques ainsi qu'à la Direction des relations d'affaires et services juridiques (pour plus de détail, voir l'annexe II).

Priorités : a) Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui; b) placer l'innovation à l'avant-plan; c) promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones.

Indicateurs rendement en 2003-2004

- Environ 85 % des productions de l'ONF ont porté sur des questions sociales.
- L'ONF a produit 146 films, vidéos et produits multimédias.
- Il a également participé à 52 coproductions avec le secteur privé, dont trois séries documentaires : *Marché Jean Talon* (6 films), *Mission Arctique (Arctic Mission)* (5 films) et *My Brand New Life (Je vis ta vie)* (13 films). Il s'agit là d'une augmentation marquée par rapport à l'exercice 2002-2003.
- Les films de l'ONF ont rejoint 9 341 000 téléspectateurs et téléspectatrices, soit 20 % de plus que l'année précédente.
- Un sondage effectué pour le compte de l'ONF a montré que 90 % des Canadiennes et Canadiens interrogés connaissent l'ONF et que nombre d'entre eux appuient fortement le maintien de son financement public, estimant en avoir pour leur argent et considérant que les documentaires sont une importante source de connaissances sur le Canada.
- Les programmes *Hothouse 1* et *2* et *Momentum* aident les cinéastes de la relève en favorisant l'innovation dans les domaines de l'animation et des produits multimédias.
- 288 œuvres ont été réalisées avec le concours du Filmmaker Assistance Program (FAP) et de l'Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC).
- 30 % des productions de l'ONF ont été réalisées par des cinéastes de la relève.
- 25 % des productions de l'ONF ont été réalisées par des cinéastes issus des milieux minoritaires autochtones, ethniques et culturels.

RÉALISATIONS ET RENDEMENT DE L'ONF QUANT À L'ATTEINTE DU PREMIER RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Priorité a) : rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui

L'ONF est un important producteur de contenu canadien pertinent.

En 2003-2004, ses principaux objectifs sont demeurés les suivants :

- Produire des documentaires d'opinion sur les grands enjeux sociaux.
- Produire des courts métrages d'animation faisant appel à une variété de techniques et de formes, et favoriser l'imagination et la créativité des artistes.
- Élaborer des projets interactifs significatifs pour les jeunes publics.

L'ONF s'est associé à des producteurs indépendants et à des diffuseurs (publics et privés, y compris des chaînes spécialisées) du Canada et de l'étranger.

Son Unité de coproduction internationale a contribué à rendre sa programmation pertinente en établissant des partenariats avec des organismes et des diffuseurs en vue de coproduire des œuvres offrant une alternative culturelle ou éducative à la programmation purement commerciale.

Indicateurs

Pour évaluer le rendement de l'ONF à l'égard de la priorité a), nous examinons la diversité des genres et des sujets traités, la satisfaction de l'auditoire, l'appui et la reconnaissance du public, et la performance de l'ONF dans les festivals canadiens et étrangers.

- **Diversité des genres et des sujets traités**

En examinant la diversité des genres et des sujets traités par l'ONF en 2003, nous constatons qu'environ 85 % des films ont porté sur des questions sociales. L'ONF a réalisé 146 films, vidéos et produits multimédias, dont 52 coproductions avec le secteur privé, parmi lesquelles figurent trois séries documentaires : *Marché Jean Talon* (6 films), *Mission Arctique (Arctic Mission)* (5 films) et *My Brand New Life (Je vis ta vie)* (13 films).

Ce total représente une forte augmentation par rapport aux résultats de 2002-2003 (60 productions originales de l'ONF et coproductions), qui s'explique partiellement par les 52 coproductions avec le secteur privé et la durée du cycle de production.

Nombre de productions selon le genre : 2003-2004

Documentaires	96
Films d'animation	32
Films d'animation interactifs	18*
Total	**146**

* y compris un cédérom

Parmi les documentaires produits en 2003, mentionnons *Crapshoot: the Gamble with Our Waste*, qui étudie le déversement de déchets toxiques dans les égouts; *Hospital City*, qui nous entraîne dans les coulisses d'un grand centre hospitalier.

Les relations interpersonnelles sont le sujet de plusieurs films de cette année, dont *Community Mediation: Two Real-Life Experiences (Médiation de quartier : deux expériences citoyennes)*, DVD de Stéphane Drolet sur les méthodes de résolution de conflits; *No Place Called Home*, réalisé par Craig Chivers, sur les difficultés d'une famille nombreuse en milieu rural qui recherche un logement convenable et abordable.

La politique canadienne a également attiré l'attention des cinéastes. Cette année, dans *Les héritiers du mouton noir*, Jacques Godbout retrouve les protagonistes de son film *Le mouton noir*, réalisé en 1992, pour voir comment ces idéalistes d'hier envisagent le Québec du XXI^{e} siècle. Le débat sur les questions traitées dans ce film et sur des sujets connexes est ouvert à tous dans le site Web de l'ONF Parole citoyenne, un forum axé sur la participation démocratique du public. Depuis septembre 2003, cinéastes, professionnels et citoyens ont ainsi engagé le dialogue sur une vaste gamme de sujets allant de la citoyenneté au XXI^{e} siècle jusqu'aux enfants et au système d'éducation en passant par l'homosexualité et la différence.

L'accent que met l'ONF sur les jeunes ne s'arrête pas à produire des films à leur intention. Il les fait également participer au processus cinématographique même. Par exemple, le Conseil consultatif des jeunes YAC (Youth Advisory Council) a été créé en vue d'élaborer, de produire et de lancer le court métrage éducatif *Out of Sight...Out of mind,* avec les conseils des jeunes et en consultation avec eux, en personne et par l'entremise d'une tribune Web. Signalons également l'atelier d'initiation des jeunes à l'animation, organisé à Iqualuit (Nunavut) en collaboration avec Inuit Communications Systems Limited et l'Inuit Broadcasting Corporation. L'atelier sera télédiffusé dans le Grand Nord et présenté dans le site Web de l'ONF.

La série *Je vis ta vie,* coproduite par Les Productions La Fête, est conçue pour les jeunes, avec eux. Composée de courts métrages documentaires, la série donne la chance à des jeunes d'élargir leurs horizons culturels en s'immergeant dans un quotidien complètement différent du leur. Dans *A Border Story (Histoire de frontières),* une fille de Washington rend visite à un garçon d'Ottawa le 1^er^ juillet, et tous deux se rencontrent à nouveaux dans la capitale des États-Unis le 4 juillet. Dans *Enfin la récré (School's Out),* trois jeunes changent de place avec le directeur, le concierge et un professeur.

Voici d'autres exemples d'œuvres destinées aux jeunes.

It's a Girl's World : l'exploration d'un univers complexe vu de l'intérieur, celui d'une fille qui persécute ses compagnes. Ce film a particulièrement touché la population puisqu'il a été diffusé avec un documentaire complémentaire à la radio de CBC; par la suite, des auditeurs ont appelé la CBC et l'ONF pour se procurer des copies.

Coucou (Cuckoo) : site Web pour les 5 à 8 ans qui offre un contenu divertissant et éducatif inspiré du coucou animé de Monsieur Edgar. On y aborde des thèmes comme la famille, les souvenirs et le temps qui coule.

L'ONF jouit d'une excellente réputation dans le milieu de l'éducation. En 2003-2004, il a produit des vidéos et des sites Web sur l'école et la vie de famille, les sciences, et l'interaction entre jeunes de différents milieux. La série *Mission Arctique* a sensibilisé le public aux répercussions du réchauffement planétaire; sur son site Web, l'ONF a présenté des idées d'utilisation des vidéos en classe à l'intention du personnel enseignant. L'ONF offre une véritable solution de rechange aux produits commerciaux dont les jeunes sont constamment bombardés, de même que des documents d'appui pour le personnel enseignant.

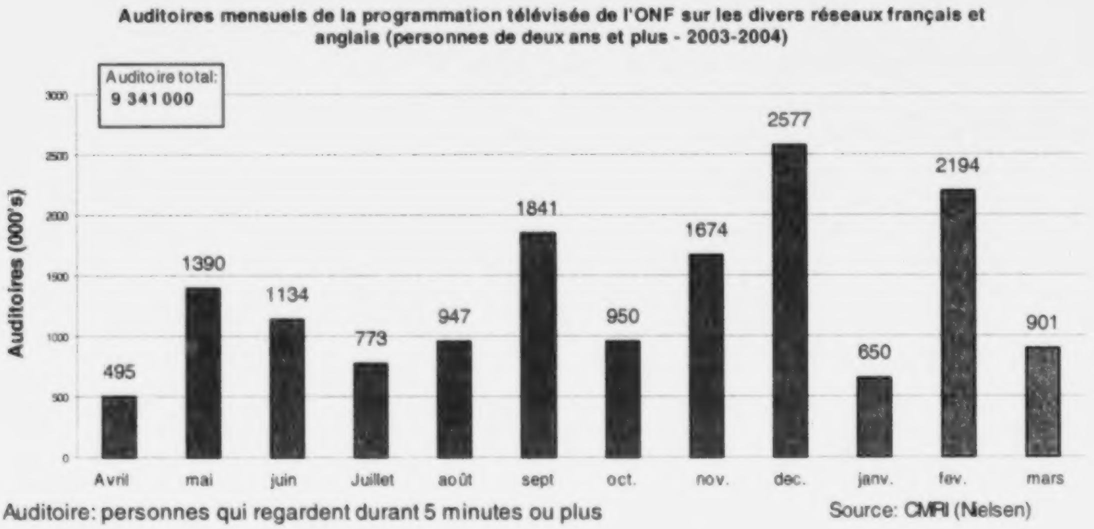
- **Intérêt de l'auditoire pour l'ONF et ses films**

Les cotes d'écoute des productions de l'ONF indiquent jusqu'à quel point nous rejoignons les auditoires.

<u>Auditoire à la télévision</u>

Source majeure de contenu canadien distinctif destiné au système de radiodiffusion canadien, les productions de l'ONF sont vues au pays sur une variété de chaînes, tant générales que spécialisées et numériques. Depuis 2001, l'ONF est partenaire d'une chaîne numérique, Documentary Channel (avec la CBC et Corus). Par ses coproductions, il accroît la valeur de son image de marque et de celle de ses partenaires.

En 2003-2004, les films de l'ONF ont rejoint 9 341 000 téléspectateurs et téléspectatrices, soit 20 % de plus que l'année précédente. Le tableau ci-après montre le nombre mensuel de téléspectateurs pour les films de l'ONF.

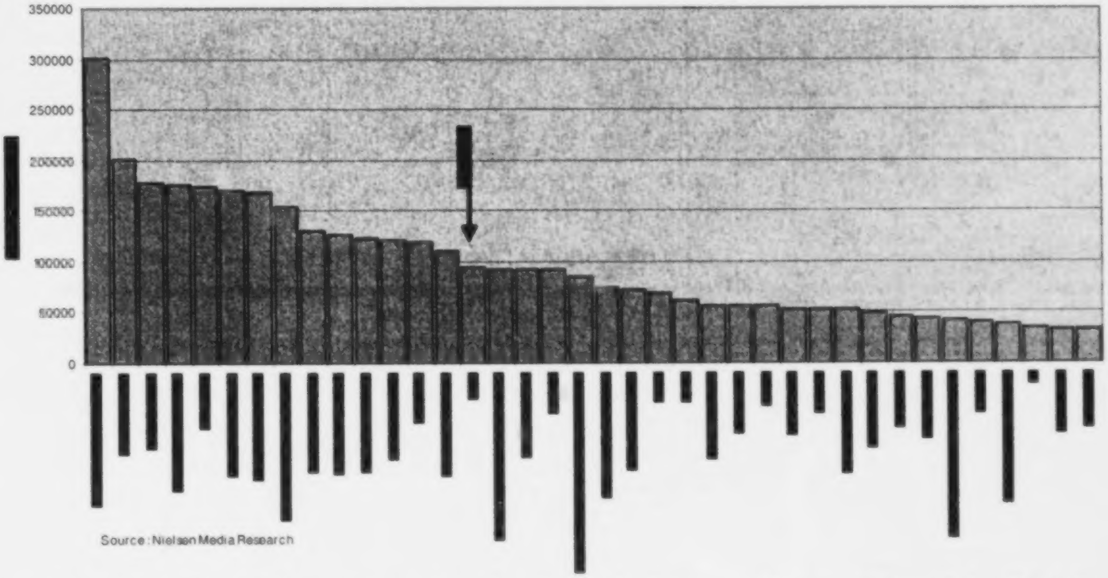


Les films de l'ONF ont surtout été présentés sur les chaînes CBC, Discovery, Showcase, CBC Newsworld, Bravo, Life Network, Radio-Canada, History Television, TVA, VisionTV, Canal D et Télé-Québec.

Plusieurs ont attiré un énorme auditoire. *Marché Jean Talon* a obtenu des résultats parmi les meilleurs en septembre 2003, attirant près d'un demi-million de téléspectateurs à Radio-Canada. *Arctic Mission: The Great Adventure* a dépassé le cap des 500 000 téléspectateurs à l'émission *Nature of Things* de la CBC. De plus, la coproduction *Men of the Deeps* a été vue par 956 000 téléspectateurs sur les ondes de CTV.

Même si l'ONF ne dispose pas de sa propre chaîne, il peut mesurer son auditoire – et le mesure – comme si tel était le cas. Le tableau ci-après en montre les résultats, en comparaison avec d'autres chaînes; ces données se basent sur celles de Nielsen.

Auditoire de l'ONF comparativement à d'autres chaînes de télévision sélectionnées au Canada, personnes de deux ans et plus, 2003-2004



Les Canadiens et Canadiennes regardent davantage de documentaires canadiens à la télévision et dans les salles de cinéma. Selon un sondage effectué en juillet 2003, environ 73 % des répondants de langue anglaise et 56 % des répondants de langue française ont déclaré qu'ils préfèrent regarder des documentaires canadiens plutôt qu'étrangers. Selon un autre rapport, les Canadiens et Canadiennes, et particulièrement les jeunes, sont très intéressés à écouter des documentaires canadiens à la télévision[4]. Cette étude montre que les jeunes de 18 à 24 ans classent les documentaires, dans leurs préférences, tout de suite après les longs métrages de leur choix. La fiction canadienne arrive très bas sur leur liste.

Développement et achalandage du site Internet

L'achalandage sur le site Internet de l'ONF est également un indicateur pertinent permettant de voir comment nous rejoignons nos auditoires.

Achalandage du site Web

	2002-2003	2003-2004
Pages consultées	30 162 775	40 507 512

En 2003-2004, l'achalandage du site Internet de l'ONF a été en hausse de 34 %, avec plus de 40 millions de pages consultées.

[4] Canadian Media Research Inc., *The TVQ Survey 2003: A Report on Canadians' Attitudes Toward TV*, décembre 2004.

- **Attitudes, reconnaissance et appui de la population canadienne à l'endroit de l'ONF**

Selon une étude commandée par l'ONF, la population canadienne continue d'appuyer le rôle de l'ONF. Environ 90 % des Canadiennes et Canadiens interrogés connaissent l'ONF et bon nombre estiment que ses films devraient être davantage télédiffusés, que son financement public devrait être maintenu, que l'ONF représente un bon investissement des fonds publics et que les documentaires sont une importante source d'apprentissage sur l'histoire du Canada, ses habitants et ses lieux[5].

- **Performance dans les festivals canadiens et étrangers**

La reconnaissance que témoigne l'industrie canadienne et étrangère à l'égard de l'excellence des films de l'ONF est une mesure objective du caractère concurrentiel – donc de la qualité, de la pertinence et de l'innovation – de ses productions. On trouvera au tableau ci-après le nombre de prix remportés par l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année, par rapport à l'année précédente.

Prix remportés

	2002-2003	2003-2004
Canada	42	38
International	106	79
Total	148	117

L'ONF, ses cinéastes et ses productions ont récolté un nombre important de prix et d'honneurs. Cette année, nous avons reçu 117 prix et mentions spéciales dans le cadre de festivals au Canada et à l'étranger, dont trois distinctions honorifiques : deux distinctions honorifiques sont allées à la réalisatrice Alanis Obomsawin tandis qu'une troisième soulignait la contribution de l'ONF à la promotion du français au travail.

Certains cinéastes ont été mis à l'honneur cette année :

Peter Raymont, dont le film *The World Stopped Watching* a été sélectionné pour un certain nombre de festivals, a remporté une mention spéciale dans la catégorie Guerre et paix du Columbus International Film and Video Festival (Worthington, États-Unis) et deux autres mentions spéciales à la dernière édition du FIPA, à Biarritz.

Les films de la série *Mission Arctique*, ont été présentés à la 9e Conférence des parties sur le protocole de Kyoto (CdP9), une réunion internationale qui rassemblait quelque 3 000 spécialistes représentant des gouvernements et des organismes à vocation environnementale. *Menaces sur le*

[5] POLLARA, *A Survey on behalf of the Office national du film* – Main Findings, mars 2004 (sondage omnibus).

toit du monde, l'un des films de la série, a fait l'objet d'une projection spéciale organisée par le Haut-Commissariat du Canada à Washington à l'intention des chefs d'organismes voués à la protection de l'environnement, des hauts fonctionnaires, des membres du Congrès et des sénateurs des États-Unis.

Paule Baillargeon et Catherine Anne Martin ont remporté des prix prestigieux respectivement pour *Claude Jutra, portrait sur film* et *The Spirit of Annie Mae*. Paule Baillargeon a gagné six prix, dont un Gémeaux et le Gemini de la Meilleure émission documentaire à caractère biographique.

Trois sites Web ont également remporté des prix : *Le Cliposcope Ultrabug* et *Mission : Une grande aventure scientifique* sont arrivés *ex aequo* pour le MIM d'Or au Marché international du multimédia de Montréal, tandis que le *Guide de sécurité contemporain*, sur le site Internet Engrenage, a remporté le 2e prix dans la catégorie Créateurs indépendants du festival Anima 04.

Priorité b) : Placer l'innovation à l'avant-plan

L'ONF a continué de mettre l'accent sur l'innovation, tant en ce qui concerne le contenu et le genre que la forme (recours aux technologies). Son Unité de coproduction internationale encourage l'expérimentation par l'entremise de partenariats. Voici ceux qui ont été conclus en 2003 :

- L'ONF et NHK, radiodiffuseur public du Japon, élaboreront des coproductions et partageront des innovations technologiques.
- L'ONF et France 2 financeront conjointement deux longs métrages documentaires à diffuser aux heures de grande écoute sur certains réseaux internationaux.
- L'ONF et la SIRPO (Fondation pour la promotion de l'industrie de Séoul, en République de Corée) travailleront main dans la main en animation afin d'encourager la coopération dans une variété d'activités dont des festivals, expositions, ateliers, séminaires et distribution.

Indicateur

- **Innovation à l'ONF**

L'ONF possède plusieurs programmes destinés à aider les cinéastes de la relève. *Momentum* encourage le recours à des méthodes innovatrices pour la réalisation de courts métrages documentaires à petit budget. Ce programme de sept semaines offre à des cinéastes de la relève l'occasion de perfectionner leurs compétences en recherche, scénarisation et réalisation par un atelier intensif d'une semaine suivi de la réalisation d'un film chacun, sous l'aile d'un mentor.

Hothouse 1 et *2* ont donné lieu à des œuvres innovatrices dans le domaine de l'animation et du multimédia. Des cinéastes d'animation prometteurs créent des films de 30 secondes, de la conception jusqu'au lancement vidéo, en profitant du soutien des spécialistes de l'ONF. *Cinéweb ONF* et *Webworks* ont donné à des cinéastes de la relève la chance de réaliser des clips d'animation novateurs à petit budget destinés au Web.

L'ONF utilise sa plate-forme Web pour se positionner comme partenaire clé des jeunes cinéastes par des projets comme *silenceoncourt.tv*, dans le cadre duquel on diffuse des courts métrages français réalisés par des nouveaux venus. Accumulant maintenant 200 000 visionnages en ligne par année, cette plate-forme gagne toujours en popularité.

Le Filmmaker Assistance Program (FAP) et l'Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC) aident les cinéastes de la relève à réaliser leurs films, remportent souvent énormément de succès dans les festivals et à la télévision. En 2003-2004, l'ACIC a soutenu 85 films; le FAP, 203.

Nombre de projets soutenus

	2001-2002	2002-2003	2003-2004
Aide au cinéma indépendant (ACIC)	51	87	85
Filmmaker Assistance Program (FAP)	195	229	203
Total	246	316	288

Priorité c) : promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones

L'ONF a continué de favoriser les points de vue des diverses communautés culturelles et autochtones.

Indicateur

- **Diversité des genres et des sujets traités**

Le documentaire de Gil Cardinal, *Totem: The Return of the G'psgolox Pole*, raconte comment des Haislas ont découvert leur totem dans un musée de Stockholm et l'ont rapatrié. Dans *Kainayssini Imanistaisiwa - The People Go On*, Sarah Todd nous entraîne dans un voyage à la découverte du savoir de son peuple.

Dans *Our Nationhood*, la réputée documentariste autochtone Alanis Obomsawin parle de la détermination farouche du peuple mi'gmaq de Listuguj à utiliser et gérer les ressources naturelles de ses terres traditionnelles.

Un certain nombre de films produits en 2003-2004 mettent l'accent sur la diversité culturelle ou ont été réalisés par des cinéastes d'origines culturelles diverses, en voici quelques exemples:

- *Discordia*, des jeunes cinéastes Ken Addelman et Samir Mallal, montre le conflit qui oppose la Palestine à Israël sous un éclairage particulier.
- *Zéro Tolérance*, de Michka Saäl, jette un coup d'œil sur le quotidien de groupes minoritaires, dressant le portrait de leur rapport avec le corps policier de Montréal.
- *La cueca sola*, de Marilú Mallet, est la danse solitaire des femmes à la mémoire des milliers d'hommes assassinés ou disparus à la suite du coup d'État de 1973 au Chili.

- **Reflet de la diversité par la représentativité des cinéastes**

Pour l'ONF, l'une des façons de mesurer la pertinence de son contenu audiovisuel est d'examiner la diversité des cinéastes. En 2003-2004, 25 % des productions de l'ONF ont été réalisées par des cinéastes issus des milieux minoritaires autochtones, ethniques et culturels.

Le projet DÉCLIC et le programme PICLO ont eu des retombées importantes sur les compétences des différentes communautés culturelles et des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

D'une durée de trois ans, le programme PICLO vise à donner des occasions de production et de distribution à des membres de minorités linguistiques en leur offrant formation et perfectionnement, en améliorant l'accès aux films canadiens et en assurant la promotion de ces films.

D'une durée de trois ans également, le projet DÉCLIC, qui est mené avec le concours du ministère du Patrimoine canadien, a permis d'aider 18 jeunes à travailler à des productions du Programme anglais et 20, à des productions du Programme français, à l'occasion de stages en direction photo, en prise de son, en montage et en divers aspects de la postproduction, du mixage et autres. DÉCLIC a également contribué à accroître l'auditoire à divers festivals.

Le Programme français a salué les trois lauréats du concours *Nouveaux regards*, ouvert aux francophones issus de minorités visibles. Le film de Hind Benchekroun jette un regard inhabituel sur l'identité à travers le parcours d'une chanteuse issue de la tradition musulmane. Hyacinthe Combary, originaire du Burkina-Faso, nous incite à revoir la façon dont nous percevons les croyances populaires dans un monde où les valeurs et les traditions se perdent.

En ce qui concerne les marchés anglophones, l'ONF a lancé la troisième édition du concours national *Reel Diversity*. L'ONF atteint maintenant son engagement d'un million de dollars. Les cinq gagnants ont eu la chance de réaliser chacun un documentaire de 40 minutes qui sera à l'antenne des partenaires de diffusion du concours : CBC Newsworld et Visioning. On trouvera de plus amples renseignements dans le site Web de l'ONF à l'adresse <www.onf.ca>.

Deuxième résultat stratégique

Des œuvres audiovisuelles accessibles et prisées, et une image de marque reconnue par les publics canadien et international

Sommaire du rendement – deuxième résultat stratégique

Raisons pour lesquelles ce résultat est important pour les Canadiens et Canadiennes : La population canadienne mérite d'accéder à des documents audiovisuels qui l'informent des enjeux sociaux. L'ONF remplit cet engagement et permet aux Canadiens et Canadiennes de participer au dialogue sur des questions qui les intéressent.

Affectation des ressources : 12 000 000 de dollars (19 %) en dépenses prévues et 16 656 000 de dollars (25 %) en dépenses réelles (pour plus de détail, voir l'annexe II).

Nombre des activités et services de l'ONF appuient cet objectif : ventes, développement des marchés, marketing, communications et développement des réseaux, gestion de l'information et projets Internet.

142 ETP, soit tous les ETP affectés aux directions de la Distribution et des Communications et de développement des réseaux.

Priorités : a) Consolider l'image de marque de l'ONF, assurer sa présence dans la vie des Canadiens et Canadiennes et, du même coup, accroître ses auditoires et maximiser ses recettes; b) Établir des mécanismes pour rendre les productions de l'ONF plus accessibles, les rapprocher encore davantage de la population et susciter le dialogue; c) Veiller à la préservation de la collection de l'ONF pour les générations futures.

Indicateurs rendement en 2003-2004

- Par ses activités de production, de distribution et de rayonnement à l'échelle nationale et internationale, l'ONF contribue à sa propre notoriété en plus d'en tirer d'importantes recettes. Cette année, ces recettes ont augmenté pour atteindre 8,7 millions de dollars, comparativement à 7,2 millions de dollars l'an dernier.
- L'ONF a établi des partenariats avec 49 bibliothèques un peu partout au Canada.
- L'ONF a tenu 482 projections publiques (60 % en anglais et 40 % en français), auxquelles ont assisté 75 846 personnes, une augmentation de 50 % par rapport au dernier exercice.
- L'ONF a organisé 34 ateliers de maître donnés dans 11 villes canadiennes par les cinéastes de renom tels que Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon et Chris Hinton.
- Le Cinéclub ONF compte maintenant 10 000 membres, une augmentation notable par rapport à l'année dernière où on en dénombrait 2 570.

- L'ONF s'assurer de préserver sa collection pour les générations futures. Avec le concours du Fonds Mémoire canadienne du ministère du Patrimoine canadien; plusieurs projets ont été mis en œuvre tels que *The Industrial Age (1867-1945) (L'ère industrielle 1867-1945), D-Day (jour J), World War One (Première Guerre mondiale).*
- ONF Montréal a accueilli plus de 110 000 visiteurs, une augmentation de 9 % par rapport à l'exercice 2002-2003; la Médiathèque de Toronto, plus de 75 407, une augmentation de 50 % par rapport au même exercice l'an dernier.

RÉALISATION ET RENDEMENT DE L'ONF QUANT À L'ATTEINTE DU DEUXIÈME RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Priorité a) : Consolider l'image de marque de l'ONF, assurer sa présence dans la vie des Canadiens et Canadiennes et, du même coup, accroître ses auditoires et maximiser ses recettes

L'ONF a mené divers projets pour diversifier ses sources de recettes et développer plus efficacement de nouveaux marchés tout en accroissant sa visibilité. Il développe également des réseaux pour accroître l'accès à ses ressources et nouer des liens avec des filières d'apprentissage : chaînes de télévision éducative, personnel enseignant, maisons d'enseignement et de recherche, bibliothèques et autres. Les activités de rayonnement comprennent des projections publiques, rétrospectives, expositions dans des musées et créneaux de télévision.

Pour consolider les alliances conclues avec les systèmes scolaires, l'ONF enrichit des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de congrès du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités, en collaboration avec des spécialistes en éducation et des centres d'apprentissage.

Dans le cadre de ses activités de rayonnement, l'ONF invite les cinéastes de la relève, les professionnels du cinéma et les étudiants universitaires (ainsi que les membres intéressés du public) à des ateliers de maître sur le documentaire et l'animation. En 2003-2004, l'ONF a organisé 34 ateliers de maître donnés, dans 11 villes canadiennes, par les cinéastes de renom Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon et Chris Hinton. Il vise de la sorte le partage des compétences techniques et créatrices.

Le défi à long terme est de trouver des outils précis et perfectionnés pour mesurer l'incidence des productions de l'ONF sur l'acquisition continue du savoir chez les Canadiens et Canadiennes. Plus particulièrement, l'ONF souhaite mesurer jusqu'à quel point ses films transmettent le vécu et les valeurs canadiennes aux auditoires du pays et de l'étranger.

La création du Conseil consultatif, qui contribuera à consolider l'image de marque de l'ONF, est une nouvelle initiative. Composé de neuf membres, le Conseil aura pour rôle de jeter des ponts importants avec les communautés clés.

Indicateurs

- **Développement des marchés et image de marque**

Par ses activités de production, de distribution et de rayonnement à l'échelle nationale et internationale, l'ONF contribue à sa propre notoriété en plus d'en tirer d'importantes recettes. Nous tirons pleinement parti de nos réseaux nationaux et internationaux pour faire en sorte que nos productions soient vues par le maximum de gens et atteignent nos clientèles. Cette année en particulier, les recettes de l'ONF ont considérablement augmenté, passant de 7,2 millions de dollars en 2002-2003 à 8,7 millions en 2003-2004.

L'ONF a poursuivi son partenariat avec le Documentary Channel, qui diffuse 50 heures de ses productions par année. Nombre de ces diffusions occupent une place réservée à l'ONF dans la grille horaire. Détenant une licence de diffusion numérique, cette chaîne est offerte par satellite et câblodistribution numérique. Compte tenu de l'importance que revêtent la promotion et la mise en marché dans le nouveau milieu de l'audiovisuel, cette chaîne joue pour nous un rôle précieux dans la fidélisation de l'auditoire.

L'ONF vient également de conclure une entente avec la National Geographic Society (NGS) concernant leurs plans d'archives respectifs. Grâce à ce partenariat, l'ONF a enrichi sa collection et a ainsi pu développer davantage son accès aux marchés internationaux.

En 2003-2004, les recettes de distribution en provenance des marchés national, international et des plans d'archives se sont accrues pour s'établir à 5,9 millions de dollars, une augmentation substantielle par rapport à l'année précédente. Cet accroissement se fait surtout sentir sur les marchés institutionnel et éducatif au Canada ainsi que sur le marché consommateurs, tandis qu'à l'étranger, la forte hausse des recettes tirées de la télévision est due aux ventes réalisées aux États-Unis, en Europe et en Afrique. En 2003-2004, l'ONF a connu une année record au chapitre des préventes et des commandites, qui ont engendré des recettes de 1,9 millions de dollars, comparativement à 610 000 $ en 2002-2003. Le tableau ci-après présente les recettes selon les différents marchés (en milliers de dollars).

Recettes
(en milliers de dollars)

		2001-2002	2002-2003	2003-2004
DISTRIBUTION CANADIENNE		2 875	2 427	2 614
DISTRIBUTION INTERNATIONALE		1 573	1 912	2 597
PLAN S D'ARCHIVES		783	648	658
	SOUS-TOTAL	**5 231**	**4 987**	**5 869**
COMMANDITES ET PRÉVENTES		873	610	1961
DIVERS		803	1579	911
	TOTAL	**6 907**	**7 176**	**8 741**

Priorité b) : établir des mécanismes pour rendre les productions de l'ONF plus accessibles, les rapprocher encore davantage de la population et susciter le dialogue

Afin de se rapprocher des divers intervenants, groupes et organismes communautaires, l'ONF a intensifié ses activités de rayonnement en 2003.

Ses deux centres de consultation (la CinéRobothèque et la Médiathèque de Toronto) sont des lieux d'interaction clés avec le public. Dans ces installations de pointe, les visiteurs ont accès sur place, par le catalogue numérisé, à la vaste collection en ligne de l'ONF. Ces centres multimédias offrent également des ateliers d'animation, de documentaire et de compétence médiatique. Les jeunes, les groupes scolaires et les familles peuvent également participer à des ateliers et voir des films dans les cinémas de l'ONF à Montréal et Toronto. Les cinéastes de la relève, les professionnels du milieu du cinéma et les étudiants universitaires sont invités à assister à des ateliers de maître sur le documentaire et l'animation.

En 2003-2004, les recettes de distribution en provenance des marchés national, international et des plans d'archives se sont accrues pour s'établir à 5,9 millions de dollars, une augmentation substantielle par rapport à l'année précédente. Cet accroissement se fait surtout sentir sur les marchés institutionnel et éducatif au Canada ainsi que sur le marché consommateurs, tandis qu'à l'étranger, la forte hausse des recettes tirées de la télévision est due aux ventes réalisées aux États-Unis, en Europe et en Afrique. En 2003-2004, l'ONF a connu une année record au chapitre des préventes et des commandites, qui ont engendré des recettes de 1,9 millions de dollars, comparativement à 610 000 $ en 2002-2003. Le tableau ci-après présente les recettes selon les différents marchés (en milliers de dollars).

Recettes
(en milliers de dollars)

		2001-2002	2002-2003	2003-2004
DISTRIBUTION CANADIENNE		2 875	2 427	2 614
DISTRIBUTION INTERNATIONALE		1 573	1 912	2 597
PLANS D'ARCHIVES		783	648	658
	SOUS-TOTAL	**5 231**	**4 987**	**5 869**
COMMANDITES ET PRÉVENTES		873	610	1961
DIVERS		803	1579	911
	TOTAL	**6 907**	**7 176**	**8 741**

Priorité b) : établir des mécanismes pour rendre les productions de l'ONF plus accessibles, les rapprocher encore davantage de la population et susciter le dialogue

Afin de se rapprocher des divers intervenants, groupes et organismes communautaires, l'ONF a intensifié ses activités de rayonnement en 2003.

Ses deux centres de consultation (la CinéRobothèque et la Médiathèque de Toronto) sont des lieux d'interaction clés avec le public. Dans ces installations de pointe, les visiteurs ont accès sur place, par le catalogue numérisé, à la vaste collection en ligne de l'ONF. Ces centres multimédias offrent également des ateliers d'animation, de documentaire et de compétence médiatique. Les jeunes, les groupes scolaires et les familles peuvent également participer à des ateliers et voir des films dans les cinémas de l'ONF à Montréal et Toronto. Les cinéastes de la relève, les professionnels du milieu du cinéma et les étudiants universitaires sont invités à assister à des ateliers de maître sur le documentaire et l'animation.

Indicateur

- **Se rapprocher des Canadiens et Canadiennes**

En 2003-2004, le cinéma ONF Montréal a accueilli plus de 110 000 personnes, ce qui représente une augmentation de 9 % par rapport au dernier exercice, et des recettes de 339 110 $. Pour orienter les visiteurs vers la CinéRobothèque, où ils peuvent regarder des films aux postes de visionnage individuels, l'ONF a enrichi la sélection. Au total, 24 813 personnes ont visité la CinéRobothèque, soit 2 % de plus que l'année dernière.

Les responsables du rayonnement ont également organisé davantage de projections publiques de films de l'ONF aux quatre coins du pays. En 2003, l'ONF a tenu 482 projections publiques (60 % en anglais et 40 % en français), auxquelles ont assisté 75 846 personnes, une augmentation de 50 % par rapport au dernier exercice.

L'ONF maintient son programme d'adhésion bilingue, baptisé Cinéclub ONF qui a vu le jour en octobre 2002 et assure un abonnement gratuit à *Focus* (le magazine mensuel de l'ONF), des rabais sur des produits sélectionnés, des invitations à des premières, à des ateliers de maître et autres. Le Cinéclub est en plein essor puisqu'il compte maintenant 10 000 membres et qu'environ 1000 nouveaux membres s'y inscrivent chaque mois.

En mars, l'ONF a lancé un campagne publicitaire à l'échelle du pays : 594 affiches ont été posées dans les abribus et des annonces affichées dans Internet. Cette campagne de promotion du site Web de l'ONF a remporté énormément de succès. La bannière de l'ONF a été vue par 816 000 personnes et a suscité plus de 3000 nouvelles demandes d'adhésion au Cinéclub ONF.

<u>Priorité c) veiller à préserver la collection de l'ONF pour les générations futures</u>

Avec le concours du Fonds Mémoire canadienne du ministère du Patrimoine canadien, plusieurs projets ont été mis en œuvre :

- *The Industrial Age (1867-1945) (L'ère industrielle 1867-1945)*, une exploration Web de l'histoire du Canada qui regroupe plus de 100 clips tirés de films de l'ONF.
- *D-Day (jour J)*, un site hommage où l'on trouve quatre longs métrages datant de la Deuxième Guerre mondiale, établi pour souligner le 60e anniversaire du Débarquement allié en Normandie. Ce projet a vu le jour avec le concours du ministère des Anciens Combattants.
- *Première Guerre mondiale,* étape initiale d'une opération de conservation à grande échelle, est maintenant en ligne et comprend 20 films d'archives tournés au front par les troupes canadiennes.

L'ONF a également numérisé quelque 50 clips pour le site <culture.ca>.

La recherche de films de l'ONF est maintenant plus facile. Le projet de recherche MADIS, mené en partenariat avec le Centre de recherche informatique de Montréal (CRIM) et l'Université McGill, a en effet permis d'améliorer l'indexation des films de l'ONF. Et la phase 1 de DVDcopie, un système automatisé de production et de duplication de films de l'ONF sur DVD, est maintenant amorcée.

Indicateurs

- *Accès au fonds audiovisuel de l'ONF*

La Médiathèque de Toronto a accueilli 75 407 visiteurs : 15 326 ont assisté à des projections, 18 000 ont utilisé les postes de visionnage individuels et 9 500 ont participé à des ateliers d'animation. Il s'agit là d'une augmentation de 50 % par rapport à l'année précédente (qui était la première année d'exploitation). La Médiathèque a ainsi produit des recettes de 69 000 $.

Pour accroître sa notoriété dans le secteur de l'éducation, l'ONF a organisé des ateliers à l'occasion de sept congrès régionaux ou provinciaux du personnel enseignant, de trois congrès nationaux et de quatre activités de formation du personnel enseignant dans les universités.

CinéRoute, projet pilote de vidéos de l'ONF sur demande et en ligne, est offert depuis décembre 1999 aux universités et collèges canadiens, sur CA*net4, un Internet optique national consacré à la recherche et à l'enseignement. Dans la deuxième phase de développement, la CinéRoute publique offre aux Canadiens et Canadiennes la possibilité d'accéder en ligne, depuis leur domicile, à 250 films tirés de la collection de l'ONF.

Cette année, compte tenu de l'importance des nouveaux médias et de la croissance d'Internet, le site Web de l'ONF s'est enrichi de nouvelles fonctions, comme une version à niveau d'un moteur statistique et de compétences de diffusion Web, particulièrement attrayantes pour les personnes handicapées.

L'ONF a établi des partenariats avec 49 bibliothèques un peu partout au Canada, par lesquels elles peuvent acheter nos films à des conditions avantageuses et reçoivent gratuitement une copie de nos nouveautés; en échange, elles conservent un bon stock de nos films dans les deux langues officielles, qu'elles prêtent ou louent à leur clientèle.

Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires

2001-2002	2002-2003	2003-2004
217 964	222 827	207 246

En vertu de ces partenariats, les Canadiens et Canadiennes des communautés de langue officielle vivant en situation minoritaire ont accès à des productions choisies de l'ONF dans leur propre langue, conformément aux responsabilités de l'ONF découlant des articles 41 et 42 de la *Loi sur les langues officielles*. Ce réseau s'étend jusqu'à une bibliothèque du Nunavut, qui dispose maintenant d'une collection à faire circuler dans la région.

Troisième résultat stratégique

Une organisation gérée de manière efficiente propre à susciter la créativité et le perfectionnement des connaissances

<u>**Sommaire du rendement – troisième résultat stratégique**</u>

Raisons pour lesquelles ce résultat est important pour les Canadiens et Canadiennes : L'ONF prend très au sérieux l'investissement en fonds publics qu'il reçoit et s'efforce d'en tirer le maximum de valeur. Plus il se montre efficace et efficient, plus ses ressources et activités peuvent servir à la production, l'innovation, l'expérimentation, la distribution et l'accès.

Affectation des ressources : 6 800 000 de dollars (11 %) en dépenses prévues et 7 000 000 millions (11 %) en dépenses réelles (pour plus de détail, voir l'annexe II).

78 ETP, soit tous les ETP affectés aux directions de l'Administration, des Ressources humaines et de la Planification, ainsi qu'au bureau du Commissaire.

Priorités : a) Consolider la relation artiste-artisan; b) maximiser les recettes; c) Forger des alliances nationales et internationales, et créer des partenariats visant à promouvoir l'innovation et la créativité; d) gérer les ressources de manière efficace et efficiente.

Indicateurs rendement en 2003-2004

- Améliorations apportées aux systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources.
- Gestion prudente des fonds publics et maintien des coûts administratifs à 11 %.
- En 2003-2004, l'ONF a conclu divers partenariats internationaux, par exemple avec NHK, le diffuseur public du Japon, avec KOFIC, la Commission du film de la République de Corée, et avec France 2
- Par ses activités de production, de distribution et de rayonnement à l'échelle nationale et internationale, l'ONF contribue à sa propre notoriété en plus d'en tirer une part importante de ses recettes. Cette année, ces recettes ont augmenté pour atteindre 8,7 millions de dollars, comparativement à 7,2 millions de dollars l'an dernier.
- L'ONF a organisé 34 ateliers de maître dans 11 villes canadiennes. Des cinéastes de renom comme Jean-Jacques Beineix, Alanis Obomsawin, Jean-Claude Labrecque, Gil Cardinal, John Weldon et Chris Hinton, les ont donnés.

RÉALISATIONS ET RENDEMENT QUANT À L'ATTEINTE DU TROISIÈME RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Priorité a) : consolider la relation artiste-artisan

Il s'agit là d'une priorité qui exige une attention plus soutenue. La Direction innovation et ressources techniques joue un rôle important à ce chapitre en veillant à : respecter les normes techniques; intégrer les nouveaux outils au processus de postproduction; fournir ou trouver les compétences nécessaires. L'ONF a visé notamment à resserrer les liens avec les coordonnateurs techniques et les superviseurs de postproduction au Canada. Le défi consiste à faire en sorte que tous les intervenants dans le processus de production adoptent des méthodes plus uniformes.

Les ateliers de maître organisés par l'ONF visent aussi à enseigner les règles de l'art au cinéma et à les diffuser au sein de l'industrie. Citons, par exemple, une diffusion Web d'œuvres choisies réalisées par John Weldon, un atelier de maître de nature technique tenu à la CinéRobothèque, un atelier de maître donné par le célèbre réalisateur français Jean-Jacques Beineix, et un atelier de maître donné par des artisans de l'imagerie numérique.

Priorité b) : Maximiser les recettes

Adoptée il y a deux ans, la politique d'acquisition vise à optimiser les compétences de l'ONF en distribution de documentaires à portée sociale, en productions expérimentales et en films d'animation. Ce faisant, l'ONF aide les producteurs canadiens et étrangers à profiter de ces compétences. En 2003, il a conclu une entente avec Partners in Motion en vue de distribuer plus de 200 heures de nouvelles émissions. Il s'est également associé à l'éditeur de manuels Chenelière McGraw-Hill, qui présentera des œuvres audiovisuelles de l'ONF comme complément éducatif aux manuels; cette entente devrait accroître les recettes tirées du marché institutionnel (pour plus de détail, voir le tableau à la page 37).

Priorité c) Forger des alliances nationales et internationales, et créer des partenariats visant à promouvoir l'innovation et la créativité

En 2003, l'ONF a conclu des partenariats qui permettent le partage des coûts et la mise en commun des compétences. Les coproductions avec des partenaires du Canada et de l'étranger constituent un important moyen de tirer un meilleur parti des ressources (pour plus de détail, voir la section *Partenariat de production et distribution* à la page 20 et la section *Placer l'innovation à l'avant plan* à la page 32).

Priorité d) : gérer les ressources de manière efficace et efficiente

Le plan d'action triennal sur les méthodes de gestion modernes est la plus importante initiative de l'ONF. L'ONF s'inscrit dans une culture d'entreprise moderne et ce plan accroîtra la transparence et la responsabilisation dans l'ensemble de l'organisation.

En modernisant la fonction de contrôleur et en respectant les obligations de reddition que lui impose la *Loi*, l'ONF continue d'améliorer son cadre de gestion du risque.

Chaque gestionnaire est tenu d'atteindre les objectifs fixés dans son évaluation de rendement, au vu des responsabilités qu'il assume en matière de budget et de ressources humaines.

L'ONF a poursuivi la mise en œuvre de pratiques d'avant-garde en matière de gestion des technologies de l'information, de ses finances et de ses activités. Un exemple notable en est le Système électronique de gestion des droits d'auteur (SEGDA), un module de gestion des droits acquis (c'est-à-dire la partie des droits que l'ONF doit acquérir pour pouvoir exploiter une œuvre) qui permet de gérer les droits en provenance de diverses sources.

Indicateurs

- **Amélioration des systèmes**

Nous améliorons les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à remplir les objectifs de l'ONF qui consistent à produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et à atteindre les auditoires le plus efficacement possible. Par exemple :

- L'ONF continue d'améliorer le système de gestion intégré de l'information et du savoir *Synchrone*. Le nombre de documents affichés dans son intranet a augmenté considérablement, de manière que le personnel dispose d'une information à jour.
- Importante base de données, le Système électronique de gestion des droits d'auteur (SEGDA) continue d'être enrichi; l'ONF vise à y inclure l'information sur les plus de 10 000 titres de sa collection.

- **Gestion prudente des fonds**

En attribuant la majeure partie de ses ressources à la réalisation de films, l'ONF s'assure qu'il y a un lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus. En 2003-2004, l'ONF a consacré 43,5 millions de dollars (64 % de son budget) à la production cinématographique, par rapport à 16,6 millions (25 %) à la distribution, à la mise en marché et au rayonnement, et à 7 millions (11 %) à l'administration.

L'ONF s'efforce de maintenir les coûts administratifs au plus bas niveau possible. Ces dernières années, il est parvenu à les maintenir à un niveau se situant entre 10 et 11 % de son budget.

- **Satisfaction de la clientèle**

L'ONF contrôle régulièrement la satisfaction de la clientèle. Selon un sondage effectué en 2004, la population canadienne appuie massivement l'ONF. Environ les deux tiers des répondants estiment que l'ONF présente un bon investissement et appuient le maintien de son financement public[6].

---

[6] POLLARA, *A Survey on behalf of the Office national du film* – Main Findings, mars 2004 (Sondage omnibus).

VI-ANNEXES

ANNEXE 1 : Rapports consolidés

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

À la ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Office national du film au 31 mars 2004 et les états des résultats, de l'actif net et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Office. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Office au 31 mars 2004, ainsi que les résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

De plus, à mon avis, les opérations de l'Office dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la *Loi sur le cinéma* et aux règlements administratifs de l'Office.

Pour la vérificatrice générale du Canada

Nancy Cheng, FCA
vérificatrice générale adjointe

Ottawa, Canada
Le 31 mai 2004

OFFICE NATIONAL DU FILM

RAPPORT DE LA DIRECTION

Nous avons préparé les états financiers ci-joints du Fonds renouvelable de l'Office national du film. Ces états financiers ont été préparés par la gestion du fonds en conformité avec les normes comptables du Conseil du Trésor du Canada fondées sur les principes comptables généralement reconnus du Canada. Certains chiffres de l'exercice précédent ont été redressés et reclassifiés afin d'être conformes à la présentation adoptée pour l'exercice en cours.

La responsabilité concernant l'intégrité et l'objectivité des données de ces états financiers revient à la gestion du Fonds. Afin d'assurer le maximum d'objectivité et d'éliminer les préjudices, les renseignements financiers renfermés dans ces états financiers ont été revus par le Comité de vérification et des finances et présentés au Conseil d'administration de l'Office. Les renseignements inclus dans ces états financiers sont fondés sur les meilleurs prévisions et jugements de la gestion en tenant compte de leur importance relative. Pour s'acquitter des responsabilités de comptabilité et de rapport, le Fonds maintient une série de comptes représentant un enregistrement centralisé des opérations financières du Fonds. À moins d'avis contraire, les renseignements financiers présentés dans les états ministériels et ailleurs dans les Comptes publics sont conformes aux renseignements apparaissant dans les états financiers.

La Directrice, Administration, développe et propage les conventions comptables et de gestion financière et émet des directives particulières qui sont conformes aux normes de comptabilité et de gestion financière. Le Fonds maintient des systèmes de gestion financière et de contrôle interne tout en tenant compte des coûts, bénéfices et risques. Ils sont conçus afin de fournir une certitude raisonnable que les opérations sont correctement approuvées, sont exécutées selon des règlements prescrits, et sont enregistrées correctement afin de maintenir l'imputabilité des fonds gouvernementaux et de sauvegarder les éléments d'actif sous l'autorité du fonds. Les systèmes de gestion financière et de contrôle interne sont appuyés par le biais de programmes de vérification interne. Le Fonds recherche aussi l'objectivité et l'intégrité des données de ses états financiers par le choix, la formation et le développement judicieux d'un personnel qualifié, par des dispositions organisationnelles permettant un partage juste des responsabilités et par des programmes de communication visant à assurer que ses règlements, conventions, normes et autorisations directoriales soient compris dans toute l'organisation.

La gestion présente les états financiers à la vérificatrice générale, qui les vérifie et y fournit une opinion indépendante qui est annexée à ces états financiers.

Approuvé par :

Luisa Frate
Chef, Opérations financières
(Agente financière supérieure à plein temps)

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration
(Agente financière supérieure)
le 31 mai 2004

OFFICE NATIONAL DU FILM

État de la situation financière
au 31 mars

ACTIF

	2004	2003 (Redressé note 3)
Actif financier		
Encaisse	273 784 $	237 734 $
Montant à recevoir du Trésor	1 343 068	1 281 572
Débiteurs		
Gouvernement du Canada	124 764	1 637 368
Tiers	3 963 856	2 503 838
Stocks	499 989	446 089
Dépôts	464 147	457 519
	6 669 608	6 564 120
Actif non financier		
Charges payées d'avance	579 463	981 146
Immobilisations (note 6)	9 848 694	10 142 378
	10 428 157	11 123 524
	17 097 765 $	17 687 644 $

PASSIF

	2004	2003 (Redressé note 3)
Créditeurs		
Gouvernement du Canada	980 914 $	790 254 $
Tiers	5 112 183	5 817 740
Salaires et vacances à payer	824 414	583 941
Revenus reportés	383 251	410 206
Indemnités de cessation d'emploi (note 7)	6 268 643	6 221 308
Obligation découlant de contrats de location-acquisition (note 9)	2 181 225	534 046
	15 750 630	14 357 495
Actif net	1 347 135	3 330 149
Engagements et éventualités (notes 12 et 13)		
	17 097 765 $	17 687 644 $

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Approuvé par la direction :

Directrice, Administration

Commissaire du gouvernement à la cinématographie

Approuvé par le conseil d'administration :

Membre

Membre

OFFICE NATIONAL DU FILM
État des résultats
pour l'exercice terminé le 31 mars

	2004	2003 (Redressé note 3)
Dépenses (note 8)		
Programmation anglaise		
Production de films et d'autres formes de présentations visuelles		
Programme de l'Office	25 930 808 $	26 129 896 $
Production commanditée	1 046 440	444 131
Mise en marché de films et d'autres formes de présentations visuelles	1 483 502	869 654
	28 460 750	27 443 681
Programmation française		
Production de films et d'autres formes de présentations visuelles		
Programme de l'Office	17 703 117	17 191 075
Production commanditée	915 246	166 047
Mise en marché de films et d'autres formes de présentations visuelles	1 316 927	962 804
	19 935 290	18 319 926
Distribution	7 940 995	8 156 645
Communications et Développement des réseaux	9 843 927	8 933 433
Développement et applications numériques	2 577 225	2 365 040
Direction et services administratifs	9 123 649	8 383 138
Coût d'exploitation	77 881 836	73 601 863
Revenus		
Programmation		
Production et mise en marché de films et d'autres formes de présentations visuelles		
Programmation anglaise	1 046 440	444 131
Programmation française	915 246	166 047
Distribution		
Copies de films, locations et redevances	5 210 604	4 339 524
Autres activités		
Services et divers	1 413 798	2 081 260
	8 586 088	7 030 962
Coût d'exploitation net	69 295 748 $	66 570 901 $

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

OFFICE NATIONAL DU FILM
État des flux de trésorerie
pour l'exercice terminé le 31 mars

	2004	2003
		(Redressé note 3)
Activités d'exploitation		
Coût d'exploitation net	(69 295 748) $	(66 570 901) $
Éléments n'affectant pas les sorties (rentrées) de fonds :		
Amortissement des immobilisations	3 591 100	3 460 174
(Gain) perte sur l'aliénation des immobilisations	(57 232)	387 096
Variation de l'obligation pour vacances à payer	(5 184)	8 761
Variation nette pour indemnités de cessation d'emploi	47 335	179 977
Autres variations dans l'actif et le passif	61 496	678 338
Besoins de trésorerie pour les activités d'exploitation	(65 658 233)	(61 856 555)
Activités de financement		
Paiements d'obligation découlant de contrats de location-acquisition	(781 874)	(585 543)
Besoins de trésorerie pour les activités de financement	(781 874)	(585 543)
Activités d'investissement		
Acquisition des immobilisations	(966 006)	(3 288 094)
Produits de l'aliénation des immobilisations	154 875	145 923
Besoins de trésorerie pour les activités d'investissement	(811 131)	(3 142 171)
Liquidités nettes fournies par le gouvernement du Canada	(67 251 238) $	(65 584 269) $

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

OFFICE NATIONAL DU FILM
État de l'actif net
pour l'exercice terminé le 31 mars

	2004	2003
Actif net au début de l'exercice	3 330 149 $	3 638 443 $
Coût d'exploitation net	(69 295 748)	(66 570 901)
Liquidités nettes fournies par le gouvernement	67 251 238	65 584 269
Variation du montant à recevoir du Trésor	61 496	678 338
Actif net à la fin de l'exercice	1 347 135 $	3 330 149 $

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Office national du film
Notes complémentaires aux états financiers
Le 31 mars 2004

1) **Statut et objectifs**

L'Office national du film a été fondé en 1939 en vertu de la *Loi sur le cinéma* et est l'organisme chargé d'administrer cette loi.

Relevant du ministre du Patrimoine canadien, l'Office national du film (Office) est un organisme culturel mentionné à l'annexe I.1 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Il est dirigé par un conseil d'administration dont les membres sont nommés par le gouverneur en conseil et dont le président est le Commissaire du gouvernement à la cinématographie.

Le mandat de l'Office est de susciter et de promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national et, notamment, de :

- produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;
- représenter le gouvernement du Canada dans ses relations avec des personnes exerçant une activité cinématographique commerciale quant à des films cinématographiques pour le gouvernement ou l'un quelconque de ses ministères;
- faire des recherches sur les activités cinématographiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes s'adonnant à la production de films;
- émettre des avis au gouverneur en conseil à l'égard d'activités cinématographiques; et
- remplir, dans les activités cinématographiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui ordonner d'entreprendre.

2) **Conventions comptables importantes**

Les présents états financiers ont été préparés en conformité avec les normes comptables du Conseil du Trésor du Canada fondées sur les principes comptables généralement reconnus au Canada. Les conventions les plus importantes sont les suivantes :

Crédit parlementaire

Le financement des activités provient d'une autorisation permanente du Parlement (Fonds renouvelable) et d'un crédit parlementaire voté annuellement.

Le Fonds renouvelable permet à l'Office de puiser dans le Trésor pour effectuer des paiements relatifs au fonds de roulement, au financement temporaire des coûts d'exploitation et à l'acquisition des immobilisations. Cette autorisation stipule que le montant cumulatif du fonds de roulement admissible et de la valeur comptable nette des immobilisations ne doit pas excéder 15 millions de dollars.

L'Office est aussi financé en partie par un crédit parlementaire du gouvernement du Canada. Ce crédit est voté annuellement pour renflouer le Fonds renouvelable des coûts d'exploitation admissibles et des acquisitions nettes des immobilisations. La base sur laquelle le crédit est consenti à l'Office ne correspond pas aux principes comptables utilisés dans la préparation des états financiers, car ce crédit est principalement fondé sur les besoins de trésorerie. En conséquence, les éléments comptabilisés dans l'état des résultats et l'état de la situation financière ne sont pas nécessairement les mêmes que ceux pourvus par le crédit parlementaire. Le rapprochement des deux méthodes comptables est fait à la note 5.

Liquidités nettes fournies par le gouvernement du Canada

L'Office paie ses frais d'exploitation à même le Trésor, lequel est administré par le receveur général du Canada. Toutes les rentrées de fonds sont versées au Trésor et les charges payées à même le Trésor. Les liquidités nettes fournies par le gouvernement du Canada équivalent à la différence entre la totalité des rentrées de fonds et la totalité des débours incluant les transactions avec les divers ministères et organismes gouvernementaux.

Montant à recevoir du Trésor

L'élément « Montant à recevoir du Trésor » représente le montant que l'Office est autorisé à prélever du Trésor, sans crédits supplémentaires, afin de s'acquitter de ses obligations.

Constatation des charges

Toutes les charges sont comptabilisées selon la comptabilité d'exercice.

Production de films et d'autres formes de présentations visuelles

Tous les coûts de production sont imputés aux dépenses de l'exercice au cours duquel ils sont engagés et sont présentés à l'état des résultats comme suit :

Programme de l'Office
Tous les coûts engagés pour des productions non commanditées, la part de l'Office dans les coproductions et l'excédent du coût des productions partiellement commanditées sur les montants commandités.

Production commanditée
Tous les coûts engagés pour des productions entièrement commanditées et la portion commanditée du coût des productions partiellement commanditées.

Revenus
Les revenus de production de films et d'autres formes de présentations visuelles sont comptabilisés au montant équivalant aux coûts de production commanditée dans l'exercice au cours duquel ces coûts sont engagés. Tout profit est reconnu dans l'exercice où le produit est terminé.

Les revenus de redevances sont reconnus une fois que toutes les obligations de l'Office sont exécutées et que les dépenses qui y sont reliées sont comptabilisées, quelles que soient les dates d'utilisation de l'acquéreur.

Débiteurs

Les débiteurs sont consignés en fonction des montants que l'on prévoit réaliser. Une provision est établie pour les débiteurs de tiers dont le recouvrement est incertain.

Stocks

Les fournitures et approvisionnements sont évalués au coût.

Les copies de films et autres formes de présentations visuelles destinées à la vente sont évaluées au moindre du coût de production et de la valeur nette de réalisation. Le coût des autres copies est imputé aux dépenses de l'exercice.

Immobilisations

Les immobilisations sont amorties selon la méthode linéaire sur leur durée de vie utile estimative, comme suit :

Équipement technique	de 4 à 10 ans
Logiciels et équipement informatique	de 5 à 10 ans
Mobilier et équipement de bureau	de 5 à 10 ans
Matériel roulant	5 ans
Biens acquis par contrat de location-acquisition ou d'améliorations locatives	durée des baux

L'Office détient une collection de près de 20 000 œuvres audiovisuelles produites depuis 1895. Cette collection inestimable d'une valeur indéterminée n'est pas destinée à la vente. Cependant, une valeur symbolique de 1 $ lui a été attribuée dans les états financiers. Elle est inscrite au bilan comme immobilisation pour assurer que le lecteur soit conscient de son existence.

L'Office passe des contrats de location-exploitation pour l'acquisition de droits exclusifs d'utilisation des immobilisations. Il comptabilise les loyers qui en découlent aux résultats de l'exercice au cours duquel ils s'appliquent. L'Office passe aussi des contrats de location-acquisition par lesquels sont transférés pratiquement tous les avantages et risques inhérents à la propriété du bien. Il les comptabilise comme une acquisition d'actif et une prise en charge d'obligations correspondant à la valeur actualisée du prix d'acquisition de l'actif. Les actifs sont amortis selon la même méthode et les mêmes taux que les autres immobilisations et les obligations sont amorties sur la durée des baux.

Cotisations au Régime de pensions de retraite de la fonction publique

Les salariés participent au régime de pension de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Autant les salariés que l'Office contribuent au régime. Les cotisations de l'Office sont comptabilisées selon la méthode de la comptabilité d'exercice pour la période au cours de laquelle les salariés ont effectué du service. L'Office n'est pas tenu de verser des cotisations pour combler les insuffisances ou excédents actuariels du compte de pension de retraite de la fonction publique.

Indemnités de cessation d'emploi

Les employés ont droit aux indemnités de cessation d'emploi prévues à leurs conditions d'emploi. L'Office reconnaît le coût des éventuelles indemnités de cessation d'emploi pour les exercices au cours desquels les salariés effectueront du service pour l'entité, et le passif correspondant est imputé aux comptes au fur et à mesure que les indemnités sont cumulées par les employés.

Opérations en devises

Les opérations en devises sont converties en dollars canadiens aux taux de change en vigueur à la date des opérations. Les actifs et les passifs monétaires en devises sont convertis selon les taux de change en vigueur au 31 mars.

Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers en conformité avec les principes comptables généralement reconnus du Canada oblige la direction à effectuer des estimations et à formuler des hypothèses qui influent sur l'actif, le passif, les produits et les charges consignés dans les états financiers. Au moment de la préparation des présents états financiers, la direction considérait que les estimations et les hypothèses étaient raisonnables. La durée de vie des immobilisations, les provisions pour créances douteuses et l'obligation relative aux indemnités de cessation d'emploi sont les principaux éléments pour lesquels des estimations ont été utilisées. Ces estimations sont révisées périodiquement et les ajustements, lorsque requis, sont comptabilisés dans les résultats d'exploitation nets pour l'exercice au cours duquel ils ont été identifiés.

3) **Modifications aux conventions comptables**

Dans le passé, l'Office se conformait aux principes comptables des Fonds renouvelables du gouvernement du Canada. L'Office a maintenant modifié sa présentation pour se conformer aux normes comptables du Conseil du Trésor du Canada fondées sur les principes comptables généralement reconnus au Canada. L'Office a apporté les modifications suivantes:

Les états financiers de l'Office comprenaient auparavant un bilan, un état des résultats et du déficit cumulé, un état des flux de trésorerie et des notes aux états financiers. Les états financiers de l'Office pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 comprennent un état de la situation financière, un état des résultats, un état de l'actif net, un état des flux de trésorerie et des notes aux états financiers.

L'Office rapporte maintenant les liquidités nettes fournies par le Gouvernement du Canada dans l'état de l'actif net et dans l'état des flux de trésorerie. Auparavant, le crédit parlementaire reçu du Gouvernement du Canada était présenté dans l'état des résultats et du déficit accumulé. L'actif net ne représente plus «l'Imputation nette accumulée sur l'autorisation du Fonds renouvelable» (INASAF). L'INASAF regroupait deux éléments : «Montant à recevoir du Trésor» et «Financement net du coût des immobilisations». Au lieu de les regrouper dans l'actif net, le «Financement net du coût des immobilisations» est maintenant présenté dans l'état de l'actif net et le «Montant à recevoir du Trésor» est présenté dans l'actif financier.

Les changements dans la présentation des états financiers n'ont aucun impact sur le coût d'exploitation net du présent exercice (2003 – aucun). Les modifications dans les conventions comptables ont été appliquées rétroactivement; par conséquent, certains renseignements comparatifs ont été reclassés pour refléter la présentation adoptée en 2004.

4) **Participation permanente**

Au cours de l'exercice 2004, l'Office a maintenu sa participation dans la chaîne de télévision spécialisée The Documentary Channel. Cette participation s'élève à 14 % (14 unités de 1 $ chacune). L'entente de participation stipule que les obligations de l'Office à l'égard des dettes, des passifs et des autres obligations se limitent au capital investi. De plus, l'Office a convenu de fournir annuellement un nombre déterminé d'heures de programmation de documentaires à un prix fixe, dont 50 % est recouvrable à court terme comme débiteur et 50 % converti sous forme de prêt à long terme portant intérêt et remboursable sous certaines conditions. Le prêt sera comptabilisé lorsque ces conditions auront été remplies.

5) **Crédit parlementaire**

L'Office est financé au moyen d'un crédit parlementaire.

a) Rapprochement du coût d'exploitation net et du crédit parlementaire utilisé :

	2004	**2003**
Coût d'exploitation net	69 295 748 $	66 570 901 $
Acquisition des immobilisations	966 006	3 288 094
Paiements en vertu de contrats de location-acquisition	781 874	585 543
Gain (perte) sur aliénation des immobilisations	57 232	(387 096)
Variation de l'obligation pour vacances à payer	5 184	(8 761)
Variation nette pour indemnités de cessation d'emploi	(47 335)	(179 977)
Produits de l'aliénation des immobilisations	(154 875)	(145 923)
Amortissement des immobilisations	(3 591 100)	(3 460 174)
Total du crédit parlementaire utilisé	67 312 734 $	66 262 607 $

b) Rapprochement du crédit parlementaire voté et du crédit parlementaire utilisé :

	2004	2003
Selon le Budget principal – Crédit 75	62 870 000$	60 783 000$
Budget supplémentaire des dépenses	4 639 132	6 312 533
Report de fonds autorisé	(196 398)	(832 926)
Total du crédit parlementaire utilisé	67 312 734 $	66 262 607$

c) Rapprochement des liquidités nettes fournies par le gouvernement du Canada et du crédit parlementaire utilisé :

	2004	2003
Liquidités nettes fournies par le gouvernement du Canada	67 251 238 $	65 584 269$
Autres variations dans l'actif et le passif	61 496	678 338
Total du crédit parlementaire utilisé	67 312 734 $	66 262 607$

6) **Immobilisations**

	Équipement technique informatique	Logiciels et équipement de bureau	Mobilier et équipement	Matériel roulant	Collection	Améliorations locatives	Total
Début de l'exercice (1er avril 2003)							
Coût	23 124 016 $	12 350 666 $	1 064 840 $	31 755 $	1 $	3 644 950 $	40 216 228 $
Moins : Amortissement cumulé	19 741 019	7 861 655	859 724	31 755	–	1 579 697	30 073 850
Valeur comptable	3 382 997	4 489 011	205 116	–	1	2 065 253	10 142 378
Opérations de l'exercice							
Acquisitions	2 051 801	1 145 334	26 888	–	–	171 036	3 395 059
Aliénations et radiations nettes	(89 047)	(6 585)	(2 011)	–	–	–	(97 643)
Amortissement	(1 265 321)	(1 432 223)	(34 988)	–	–	(858 568)	(3 591 100)
Fin de l'exercice (31 mars 2004)							
Coût	20 121 737	12 450 895	1 049 773	31 755	1	3 815 986	37 470 147
Moins : Amortissement cumulé	16 041 307	8 255 358	854 768	31 755	--	2 438 265	27 621 453
Valeur comptable	4 080 430 $	4 195 537 $	195 005 $	-- $	1 $	1 377 721 $	9 848 694 $

Les biens susmentionnés comprennent des équipements acquis en vertu de contrats de location-acquisition d'une valeur brute de 3 542 642 $ (2003 – 1 752 767 $) moins l'amortissement cumulé de 1 406 440 $ (2003 – 1 462 860 $). L'amortissement de l'exercice pour les biens en location-acquisition est de 792 364 $ (2003 – 425 926 $). Les acquisitions des immobilisations louées en vertu de contrats de location-acquisition s'élevaient à 2 429 053 $ (2003 – 291 956 $).

7) **Avantages sociaux**

Régime de retraite

Le Régime de pensions de retraite de la fonction publique a exigé que l'Office verse des cotisations égales à 2,14 fois (2003 - 2,14 fois) les cotisations des salariés. Les cotisations de l'Office au cours du présent exercice sont de l'ordre de 3 378 698 $ (2003 – 3 158 984 $).

Indemnités de cessation d'emploi

L'Office offre des avantages post-emploi à ses salariés par le biais des indemnités pour cessation d'emploi. Ce régime d'avantages sociaux n'est pas provisionné et, par conséquent, ne détient aucun actif.

	2004	**2003**
Obligation pour indemnités de cessation d'emploi, début de l'exercice	6 221 308 $	6 041 331$
Dépenses de l'exercice	653 597	931 890
Indemnités payées durant l'année	(606 262)	(751 913)
Obligation pour indemnités de cessation d'emploi, fin de l'exercice	6 268 643 $	6 221 308$

8) Dépenses

	2004	**2003**
Salaires et avantages sociaux	37 744 608 $	35 970 867 $
Services professionnels et spéciaux	10 232 226	8 884 589
Location	9 252 309	8 615 536
Transport et communication	4 971 562	4 725 046
Participation en espèces dans les coproductions	4 277 244	4 143 702
Amortissement des immobilisations	3 591 100	3 460 174
Matériels et fournitures	2 612 900	2 479 058
Sous-traitance pour production de films et développement en laboratoire	1 588 519	1 615 720
Information	1 580 661	1 249 257
Réparations et entretien	771 209	643 791
Redevances	732 535	998 763
Divers	594 195	428 264
(Gain) perte sur l'aliénation des immobilisations	(57 232)	387 096
	77 881 836 $	73 601 863 $

9) Obligation découlant de contrats de location-acquisition

L'Office a signé des ententes pour la location d'équipement technique, informatique et de bureau en vertu de contrats de location-acquisition. Les actifs ont été capitalisés en utilisant des taux d'intérêt implicites de 7 % à 14 %. Les obligations correspondantes sont remboursées pendant la durée des baux de 3 à 5 ans. Les paiements minimums exigibles en vertu des baux pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 totalisent 781 874 $ (2003 – paiements de 585 543 $ et ajustement de 66 199 $). Des intérêts de 40 021 $ (2003 – 90 418 $) sont imputés aux résultats.

L'obligation découlant de contrats de location-acquisition comprend les éléments suivants :

Paiements futurs exigibles en vertu des baux :

2005	811 023 $
2006	716 415
2007	650 904
2008	647 135
2009	83 800
	2 909 277
Moins : intérêts	728 052
	2 181 225 $

10) **Opérations entre entités apparentées**

L'Office est relié en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et autres sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. L'Office effectue des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités. Au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2004, l'Office a effectué les transactions suivantes avec des tiers apparentés :

a) l'Office a loué des locaux du Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) pour un montant de 6 857 932 $ (2003 – 6 603 922 $);

b) l'Office a reçu à titre gracieux un site Web d'une société d'État.

11) **Juste valeur des instruments financiers**

Les débiteurs, les dépôts, les créditeurs et l'obligation découlant de contrats de location-acquisition sont encourus dans le cours normal des affaires. La valeur aux livres de chacun de ces postes se rapproche de leur juste valeur étant donné leur échéance respective à court terme. Il n'y a pas de concentration des débiteurs et, par conséquent, il n'y a pas de risque de crédit important.

12) **Engagements**

L'Office a des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement. Le plus important de ces baux a été conclu avec TPSGC pour les locaux et est en vigueur jusqu'en 2016. Les montants futurs minimums à verser en loyers pour les cinq prochaines années sont les suivants :

	Locaux	Équipement	Total
2005	6 854 000 $	598 000 $	7 452 000 $
2006	6 558 000	221 000	6 779 000
2007	6 080 000	16 000	6 096 000
2008	5 290 000	--	5 290 000
2009	5 192 000	--	5 192 000
2010 - 2016	32 157 000	--	32 157 000
	62 131 000 $	835 000 $	62 966 000 $

Du montant de 62 131 000 $ pour la location de locaux, des ententes totalisant 408 000 $ ont été signées avec des tiers et 61 723 000 $ avec TPSGC.

13) **Éventualités**

Dans le cours normal de ses affaires, l'Office est le défendeur dans des poursuites en justice ou des demandes de règlement en suspens. La direction estime que ces poursuites et ces demandes de règlement n'auront pas pour effet d'engager de façon importante la responsabilité financière de l'Office.

14) **Renseignements comparatifs**

Certains renseignements comparatifs ont été reclassés afin de refléter la présentation adoptée en 2004.

ANNEXE II : Rendement financier

Modernisation de la fonction de contrôleur

L'ONF a mis en œuvre la modernisation de la fonction de contrôleur. En 2003-2004, il a :

- amorcé l'élaboration d'indicateurs de rendement;
- effectué une étude sur la gestion du risque en établissant son profil de risque (opérationnel et stratégique);
- accéléré le processus de planification budgétaire;
- examiné et mis à jour son plan d'action;
- déposé une stratégie de communications internes et une stratégie de formation.

Paiements de transfert

En 2003-2004, l'ONF a versé 297 500 $ en paiements de transfert. De ce montant, ont été attribués 10 000 $ en subventions pour encourager des artistes primés lors d'événements cinématographiques d'importance qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international. Le reste a été versé en contributions pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour participer à la promotion de la cinématographie canadienne. Dans tous les cas, il s'agit de versements de faible valeur faits à plusieurs bénéficiaires différents.

Politiques spéciales sur les voyages

L'ONF est un employeur distinct et, de ce fait, peut appliquer sa propre politique sur les voyages. En réalité, il suit de très près la politique du Conseil du Trésor, et toute différence ne pourrait avoir qu'une incidence quasi négligeable. Il est à remarquer qu'à l'ONF, la même politique sur les voyages s'applique à toutes les catégories de personnel, incluant les personnes nommées par le gouverneur en conseil et les cadres supérieurs.

Gestion du matériel

Depuis plusieurs années déjà, l'ONF tient des registres de ses stocks de biens meubles et des biens destinés à la vente (produits audiovisuels). Des dénombrements et des réévaluations se font à intervalles réguliers de sorte que nos états financiers reflètent constamment la valeur réelle de ces biens.

Initiative sur l'amélioration des services

L'ONF cherche constamment des moyens de satisfaire davantage la clientèle et d'améliorer l'accès. En 2003-2004, il a facilité l'accès à ses produits en améliorant son site Web et ses boutiques électroniques, et en offrant des incitatifs et des rabais à la clientèle, tant sur le marché consommateurs que sur le marché institutionnel.

Tableaux financiers récapitulatifs

Les tableaux 1 et 2 présentent les crédits accordés à l'ONF pour l'année 2003-2004 en comparaison avec les dépenses réelles. L'écart entre les dépenses nettes prévues et les dépenses réelles découle des projets supplémentaires entrepris avec le concours du ministère du Patrimoine canadien tels que le Fonds Mémoire canadienne, le SEGDA, le programme PICLO et le projet DÉCLIC, et avec le concours du Conseil du Trésor telles les activités de modernisation de la fonction de contrôleur, d'évaluation et de vérification.

Le tableau 3 montre l'évolution des dépenses de l'ONF au cours des derniers exercices. Les sommes représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les revenus générés par nos activités. Les écarts proviennent de fluctuations des recettes ainsi que des ajouts au crédit pour couvrir les frais découlant d'initiatives et de programmes spéciaux.

Le tableau 4 fait état des recettes disponibles. Les recettes tirées de la production et de la distribution ont augmenté substantiellement ces deux dernières années.

Une part minime de nos ressources est appliquée aux paiements de transfert au titre de subventions et de contributions. Le tableau 5 en présente la ventilation.

Le tableau 6 montre la répartition du fonds renouvelable de l'ONF, qui sert à financer le fonds de roulement des activités commerciales, et la valeur nette des immobilisations.

Tableau financier 1 – Sommaire des crédits approuvés

Besoins financiers par autorisation (en milliers de dollars)			
Crédit/Programme	2003-2004		
	Dépenses nettes prévues	Auto-risations totales nettes	Dépenses nettes réelles
75 Fonds renouvelable de l'Office national du film – Déficit de fonctionnement	62 870	67 509	69 296
(L) Fonds renouvelable de l'Office national du film	375	375	(1983)
Total pour l'ONF	**63 245**	**67 884**	**67 313**

Note : Les données financières sommaires comprennent trois chiffres qui représentent :

les dépenses prévues au début de l'exercice (dépenses nettes prévues);

- les autorisations représentant les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (autorisations totales nettes) – comprennent le report de fonds de l'année précédente et les augmentations reliées aux conventions collectives. Ces sommes comprennent aussi des attributions spéciales reçues du Fonds Mémoire canadienne et les divers programmes et projets comme DÉCLIC et PICLO.
- la somme vraiment dépensée (dépenses réelles nettes en 2003-2004).

Le déficit de fonctionnement paraissant dans le fonds renouvelable de l'ONF est entièrement financé par un crédit parlementaire annuel (crédit 75 pour l'année 2003-2004), ce qui représente une situation assez unique dans les autorisations du budget des dépenses. Seul le fonds de roulement relié aux opérations commerciales de l'ONF et la variation de la valeur nette des immobilisations sont financés au moyen d'un crédit législatif (voir également le tableau 6).

Tableau financier 2 – Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles (en milliers de dollars)			
	2003-2004		
Office national du film	**Dépenses prévues**	**Autorisations totales**	**Dépenses réelles**
ETP	510	510	498
Fonctionnement*	71 895	76 486	75 756
Capital	-	-	-
Subventions et contributions votées	250	298	298
Total des dépenses brutes	**72 145**	**76 784**	**76 054**
Moins :	(8 900)	(8 900)	(8 741)
Recettes disponibles			
Total des dépenses nettes	**63 245**	**67 884**	**67 313**
Autres recettes et dépenses Recettes non disponibles	-	-	-
Coût des services offerts par d'autres ministères	7	7	0
Coût net du programme	**63 252**	**67 891**	**67 313**

* *Incluent les cotisations aux régimes d'avantages sociaux du personnel et les indemnités de départ.*

Tableau financier 3 – Comparaison historique des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Comparaison historique des dépenses totales prévues par opposition aux dépenses réelles (en milliers de dollars)					
			2003-2004		
	Dépenses réelles 2001-2002	**Dépenses réelles 2002-2003**	**Dépenses prévues**	**Autorisations totales**	**Dépenses réelles**
Opérations de l'ONF	69 998	73 440	72 145	76 784	76 054
Total	**69 998**	**73 440**	**72 145**	**76 784**	**76 054**

Ce tableau montre l'évolution des dépenses de l'ONF au cours des derniers exercices. Les montants représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les recettes générées par nos activités. Les variations proviennent des fluctuations dans les recettes et des ajustements au crédit parlementaire.

Pour l'exercice 2003-2004, nous présentons dans ce tableau les dépenses prévues au budget principal des dépenses au début de l'exercice. Les autorisations totales représentent les sommes additionnelles reçues pour couvrir les initiatives et programmes spéciaux, comme les activités en ligne, le programme PICLO, le Fonds Mémoire canadienne, DÉCLIC, la modernisation de la fonction de contrôleur et les fonds reportés de l'année précédente.

Il est à remarquer que l'ONF n'a qu'un seul secteur d'activité.

Tableau financier 4 – Recettes disponibles

Recettes disponibles (en milliers de dollars)					
			2003-2004		
Recettes disponibles	**Recettes réelles 2001-2002**	**Recettes réelles 2002-2003**	**Recettes prévues**	**Autorisations totales**	**Recettes réelles**
Office national du film	6 907	7 176	8 900	8 900	8 741
Total des recettes disponibles	**6 907**	**7 176**	**8 900**	**8 900**	**8 741**

Tableau financier 5 – Paiements de transfert

Paiements de transfert (en milliers de dollars)					
			2003-2004		
	Dépenses réelles 2001-2002	**Dépenses réelles 2002-2003**	**Dépenses prévues**	**Autorisations totales**	**Dépenses réelles**
Subventions	13	10	10	10	10
Contributions	309	260	240	288	288
Total des paiements de transfert	**322**	**270**	**250**	**298**	**298**

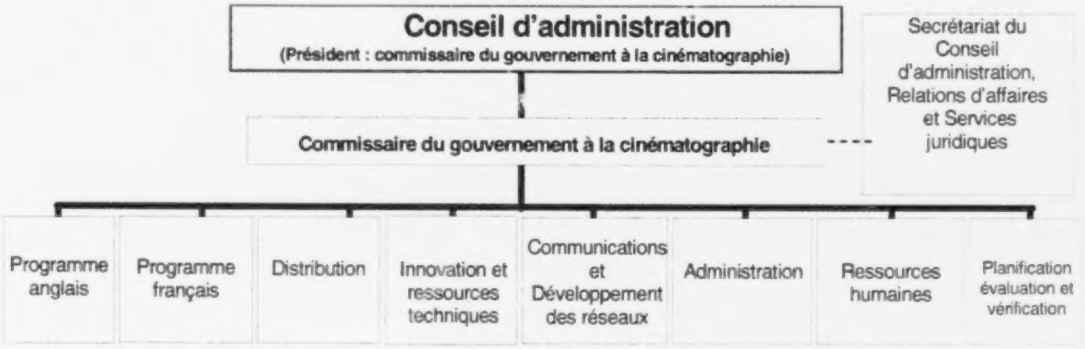
Tableau financier 6 – Sommaires financiers du fonds renouvelable

Sommaires financiers du fonds renouvelable					
Fonds renouvelable de l'Office national du film (en milliers de dollars)					
			2002-2003		
	Dépenses réelles 2001-2002	Dépenses réelles 2002-2003	Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
Recettes (crédit parlementaire)	63 091	66 263	63 245	67 884	67 313
Dépenses nettes	(63 091)	(66 263)	(63 245)	(67 884)	(67 313)
Profit (ou perte)	0	0	0	0	0
Ajouter les éléments n'exigeant pas l'utilisation des fonds	(2 969)	(3 847)	(2 000)	(2 000)	(3 576)
Modification du fonds de roulement	0	0	0	0	0
Activités d'investissement : Acquisition de biens amortissables	3 295	3 794	2 000	2 000	1 593
Excédent de trésorerie (exigence)	326	(53)	375	375	(1,983)
Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement)	13 675	13 622	13 800	13 800	11 639

Note : Le fonds renouvelable de l'Office national du film est autorisé par la *Loi sur les fonds renouvelables* pour les opérations commerciales reliées à la production et à l'exploitation de la collection des produits audiovisuels de l'ONF.

ANNEXE III : Aperçu de l'Office national du Film

L'organigramme ci-après illustre la structure organisationnelle et hiérarchique sur laquelle s'appuie l'ONF pour assurer au jour le jour que ses secteurs de services donnent un rendement optimal, tant au plan de l'efficience qu'à celui de l'efficacité.



Centres de responsabilité

Sous la direction du Commissaire du gouvernement à la cinématographie, le programme se divise en neuf principaux centres de responsabilité :

Le **Programme anglais** gère les activités de production et de mise en marché des produits de langue anglaise au Canada;

Le **Programme français** gère les activités de production et de mise en marché des produits de langue française au Canada;

La **Distribution** est chargée des activités commerciales et des ventes au Canada et à l'étranger, de la Cinémathèque de plans d'archives, de divers services de soutien à la distribution et du Service à la clientèle;

L'**Innovation et ressources techniques** fait de la rechercher et du développement, dispensent du matériel et des services d'entretien, des services de montage et services connexes ainsi que des services de postproduction image et son;

Les **Communications et Développement des réseaux** englobent les Communications, le Développement des réseaux, les Affaires gouvernementales, la Gestion de la collection et de l'information ainsi que la gestion de la participation de l'ONF à des festivals canadiens et étrangers;

L'**Administration** comprend les opérations et la planification financière, les aménagements, la gestion des ressources matérielles et la technologie de l'information;

Les **Ressources humaines** gèrent le personnel, la formation et le programme d'équité en matière d'emploi;

La **Planification** comprend la planification, l'évaluation et la vérification interne;

Le **Secrétariat du Conseil d'administration, et les Relations d'affaires et Services juridiques** s'occupent également de l'accès à l'information.

ANNEXE IV : Autres renseignements

A. Personnes ressources

– Maryse Charbonneau, directrice, Administration (m.charbonneau@onf.ca)
– Audrey Doyle, directrice, Planification, évaluation et vérification (a.doyle@onf.ca)
– Catherine Boucher, analyste principale, Planification, évaluation et vérification (c.boucher@onf.ca)

Les personnes qui désirent obtenir des renseignements supplémentaires auprès de responsables de secteurs de service peuvent aussi consulter le site Internet (<www.onf.ca>) pour obtenir leurs coordonnées.

B. Loi appliquée et règlements connexes

– *Loi sur le cinéma*, L.R.C. 1985, ch. N-8 (modifiée le 1er novembre 1995)